الإدارة العالـمية للمنظمات





تأليف
الدكتور محمد سرور الحريري



الإدارة العالمية للمنظمات

الطبعـة الأولى

1436هـ - 2016م



الأكاديميون للنشر والتوزيع

المملكة الأردنية الهاشمية

عمان – مقابل البوابة الرئيسية للجامعة الأردنية

تلفاكس : 0096265330508

جـوال : 00962795699711

E-mail: academpub@yahoo.com

رقم الإيداع لدى المكتبة الوطنية

(2015/1/360)

رقم التصنيف:658.049

المؤلف ومن في حكمه:

محمد سرور الحريري

الناشر

الأكاديميون للنشر والتوزيع

عمان – الأردن

عنوان الكتاب:

الإدارة العالمية للمنظمات

الواصفات:/ إدارة الأعمال/ / المنظمات/ / العلاقات الدولية/

ISBN :978-9957-590-35-2

الإدارة العالمية للمنظمات

تأليــف

الدكتـور محمـد سـرور الحريـري



الأكاديميون للنشر والتوزيع

تمهيــــد

الحمد لله، والصلاة والسلام على رسول الله، أما بعد:

فإننا في هذا الكتاب والمختص في موضوع الإدارة العالمية سوف نتحدث عن كثير من المواضيع والأمور المتعلقة بالإدارة العالمية.

كما أننا سوف نتعرض في هذا الكتاب لطرق واستراتيجيات وأعمال وقوانين الإدارة العالمية وسوف نتعرف على كيفية وضع واتخاذ القرارات الإدارية ووضع الخطط والتنسيقات الإدارية المختلفة في الإدارة العالمية كما أننا سوف نتعرض في هذا الكتاب إلى التفصيل في معرفة الأوضاع التنظيمية والتخطيطات والخطط الإدارية والأوضاع التنظيمية والأفكار الإدارية والدراسات الحديثة والاستراتيجيات المختلفة للشركات الدولية والمنظمات العالمية.

إن من أهم الأهداف التي كان منها ولأجلها تم وضع هذا الكتاب وتأليفه والخاص بموضوع إدارة الإدارة العالمية هو التعرف على استراتيجيات وطرق وقوانين الإدارة العالمية المختلفة.

ونظراً لوجود أهمية للشركات الدولية والمنظمات العالمية في كثيرٍ من الدول فإننا سوف نقوم بتفصيل وشرح كثير من الحالات الإدارية والأوضاع التنظيمية المختلفة للشركات الدولية والمنظمات العالمية وذلك بسبب ما تواجهه الإدارة العالمية من تطورات حديثة وعصرية وعالمية.

إن هذا الكتاب هام في طبيعته ضروري لكل منشأة وشركة دولية ومؤسسة عالمية ومنظمة تجارية وخدمية وربحية وغير ربحية وذلك لما تسعى إليه المنظمات والشركات الدولية من تطور وتوسع وانتشار دولي وعالمي.

وبسبب هذه الأهميات فإننا نقدم لكم هذا الكتاب راجياً أن تعم الفائدة والنفع منه والله الموفق.

المقدمة:

موضوع الكتاب:

إن موضوع هذا الكتاب هو إدارة الإدارة العالمية وهو بعنوانه هذا يعبر عن كيفية إداة الإدارة العالمية مع معرفة كيفية وضع الخطط والاستراتيجيات الإدارية للمنظمات والشركات الدولية والعالمية مع معرفة كيفية وضع واتخاذ القرارات الإدارية المستقبلية المناسبة للشركات الدولية والمنظمات العالمية مع معرفة كيفية إيجاد الحلول المناسبة للمشكلات الإدارية التي تواجهها الشركات الدولية والمنظمات العالمية.

وبعد توفيق من الله ورعايته وحفظٍ وتكريمٍ وكرامة فإنه قد تم وضع العديد من الكتب الإدارية والاقتصادية المختلفة في عدة مجالات إدارية وعلمية متعددة ومن بين هذه الكتب كانت الخطة لترتيب ووضع كتابٍ جديد يتعلق بدراسة إدارة الإدارة العالمية آملين بذلك أن تعم الفائدة وأن ينتشر العلم وأن يستفيد طلبة العلم والعلماء من المعارف العلمية المختلفة ومن الأطروحات العلمية على أن نقدمها لهم بشكلٍ واضحٍ ومبسط.

وبسبب أن هناك احتياجات إدارية متعددة ونظراً لوجود فراغ في المكتبات العلمية لكثيرٍ من المواضيع الإدارية فإنه قد تم وضع كتابٍ مستقل متعلق بإدارة الشركات الدولية والمنظمات العالمية، مهتمين بتطلعات منظمات الأعمال الدولية والعالمية، وغير غافلين عن اهتمامات الإدارة العالمية وبنفس الوقت مراعين وملبين لاحتياجات الإدارات في مختلف الشركات الدولية والعالمية وبسبب ذلك فقد كان هذا هو الهدف من وراء وضع هذا الكتاب.

وقد جاء هذا الكتاب مصمماً ومقسماً ومرتباً على عدة فصولٍ ومواضيع، حيث سوف نتطرق في هذا الكتاب إلى إدارة الإدارة العالمية كما أننا سوف نقوم بشرح وتفصيل أنواع الإدارة العالمية كما سوف نتكلم عن المخاطر السياسية التي

تواجه الإدارة العالمية إضافة إلى أننا سوف نقوم بتفصيل كامل لأنظمة النقد الدولية وأسواق رؤوس الأموال الدولية والعالمية إضافة إلى تطرقنا إلى مواضيع المحاسبة الدولية والاستراتيجيات المتقدمة في مستقبل الشركات الدولية والمنظمات العالمية.

وفي هذا الكتاب إدارة الإدارة العالمية سوف نقوم بالاهتمام لمعرفة كيفية إدارة الإدارة العالمية كما أننا سوف نفصل كيفية وضع الخطط والاستراتيجيات الحديثة والفعالة التي تتناسب ومتطلبات واحتياجات الإدارة العالمية في مختلف منظمات الأعمال الدولية والشركات العالمية.

وبالتالي يعتبر هذا الكتاب منهجاً علمياً واضحاً لإدارة الإدارة العالمية إذ يعمل على تحديد الاستراتيجيات الإدارية المختلفة والطرق والخطط الحديثة والتنظيمات الإدارية والتقسيمات المتعددة للشركات الدولية والمنظمات العالمية.

إننا في هذا الكتاب سوف نضع منهجين واضحين لإدارة الشركات الدولية والعالمية وهما:

المنهج الأول: المنهج النظري لإدارة الشركات الدولية والمنظمات العالمية.

المنهج الثاني: المنهج التطبيقي لإدارة الشركات الدولية والمنظمات العالمية.

وقد تم الاعتماد على كثيرٍ من المراجع الإدارية المختلفة والتي من ضمنها كان هذا الكتاب على وجه التحديد والقائم بكل أفكاره واضحة والتي نسعى لتقديمها للمدير وللباحث وللقارئ الإداري وطالب العلم والعالم والمهتم بالأمور الإدارية والعلمية والتجارية وبالدراسات البحثية البحتة العلمية منها والتطبيقية.

وحيث أن هذا الكتاب إدارة الإدارة العالمية يعتبر كتاب هاماً للمنظمات الدولية والعالمية حيث أننا سوف نقوم في هذا الكتاب بوضع مدخل تفصيلي وشرح تتابعي مفصل لإدارة الإدارة العالمية كما أننا سوف نتطرق في هذا الكتاب إلى معرفة مختلف الأنشطة والمهارات والفعاليات الإدارية المتعددة والاقتصادية والمالية

والخدمات الإدارية والتسويقية والتي تعتمد عليها إدارة الشركات الدولية والمنظمات العالمية.

فإننا نتقدم بهذا الكتاب العلمي وبهذا الجهد الإداري الخاص في مجال الأبحاث الإدارية والأكاديمية المتخصصة في المجالات الإدارية والاقتصادية بغرض السعي في تطوير المنشآت والمنظمات الدولية والعالمية إضافة إلى الرغبة في التطوير والتنمية الاقتصادية والإدارية والسياسية والثقافية المتميزة معتمدين على مهارات علمية وخبرات إدارية متعددة تم توظيفها في بلورة ووضع هذا الكتاب.

وقد أدركت وعلمت كثير من الدول والمؤسسات الحكومية والشركات الدولية المختلفة على أن هناك تحديات كثيرة تواجه الأعمال الإدارية وتقف أمام التنمية الإدارية والاقتصادية والتجارية في العالم وعلم الكثير من المسئولين الاقتصاديين في الشركات الدولية والعالمية بأن المنظمات والمؤسسات تتجه إلى عدة طرق في ممارساتها العملية وسياساتها الإدارية المختلفة.

ومنها الاتجاه الأول وهو الاتجاه الذي يسير نحو تطوير المجتمع وتقديم الخدمة للمجتمعات والعمل على تطوير الثقافة الاجتماعية والإدارية والسعي نحو تطوير المؤسسات الإدارية والمالية والتجارية في المجتمعات.

الاتجاه الثاني والذي يتجه نحو تشجيع وتطوير وتنمية المؤسسات الدولية والشركات العالمية بمختلف تخصصاتها الإدارية والاقتصادية والسياسية والمالية وغيرها.

وبسبب هذه الأهداف والأهميات والأسباب والعوامل فإنه قد تم وضع كتابٍ خاص بإدارة الإدارة العالمية ذو علاقة بالمنظمات الدولية المختلفة والأعمال التجارية المتعددة على المستوى الدولي والعالمي مستنداً بذلك ومعتمداً على الجهود للدول والحكومات المختلفة في العالم والأسواق الدولية والعالمية وذلك بهدف الانتشار الدولي والتوسع في الأعمال الدولية والعالمية.

وتهتم إدارة الإدارة العالمية بدراسة وتحليل ومعرفة التطورات والتغيرات التي تحدث للأعمال والقوانين الإدارية والمنظمات الدولية كما تهتم إدارة الإدارة العالمية بدراسة ومعرفة القوانين البيئية المختلفة والمتعددة والقوانين البيئية المعاصرة والمحيطة إدارة الإدارة العالمية كما تهتم إدارة الإدارة العالمية بدراسة طرق واستراتيجيات وقوانين وأنواع الاستثمارات الأجنبية الخارجية المباشرة والغير مباشرة كما تهتم إدارة الإدارة العالمية بدراسة ومعرفة الشركات الدولية والشركات المتعددة الجنسيات والشركات العالمية والأسواق الخارجية والمنظمات الدولية والعالمية.

كما تهتم إدارة الإدارة العالمية بدراسة طرق وقوانين واستراتيجيات الأعمال الدولية والتجارة الدولية وتقوم بوضع قوانين لدخول الشركات الدولية في منظمات الأعمال الدولية والعالمية كما تهتم إدارة الإدارة العالمية بمعرفة أسباب وفعاليات وأنشطة التجارة الدولية والأعمال الدولية وتقوم بتشجيع عمليات الاستثمارات الأجنبية المختلفة.

وكما تهتم إدارة الإدارة العالمية بدراسة مختلف البيئات المؤثرة على أعمال الإدارة العالمية وتقوم بالدخول في المنظمات الاجتماعية والمجتمعات المدنية المختلفة في العالم.

كما تهتم إدارة الإدارة العالمية بمعرفة قوانين واستراتيجيات التنمية الصناعية وبرامج التنمية الصناعية المحلية وتشجيع الصناعات الوطنية وتقوم أيضاً بمعرفة قوانين واستراتيجيات التجارة الدولية والأنشطة الخارجية للتجارة في المنظمات الدولية والعالمية.

كما تهتم إدارة الإدارة العالمية بمعرفة أنواع الاتفاقيات الإدارية والعقود التجارية المختلفة فيما بين الدول والمجتمعات والمنظمات والشركات الدولية والعالمية.

كما تهتم إدارة الإدارة العالمية بدراسة ومعرفة كيفية تخطي وحلول المشكلات السياسية التي تواجه إدارة الشركات الدولية والمنظمات العالمية.

كما أننا سوف نتطرق في هذا الكتاب إلى دراسة قوانين وطبيعة الدول المتقدمة وطبيعة إدارة الإدارة العالمية فيها.

كما أننا في هذا الكتاب سوف نقوم بتفصيل لطبيعة إدارة الإدارة العالمية في اليابان وسوف نقوم بشرح وتفصيل لطبيعة الإدارة اليابانية والشركات اليابانية والأسواق اليابانية والصناعات اليابانية.

كما أننا في هذا الكتاب سوف نقوم بشرح وتفصيل لبيئة النقد الدولية وسوف نذكر مواضيع وتفصيلات وأهمية نظام النقد الدولي وأسواق رؤوس الأموال الدولية وأنواع البنوك وكيفية إيجاد حلول لأزمات الديون الدولية.

كما أننا في هذا الكتاب سوف نتطرق إلى التسويق الدولي وأهمية بحوث التسويق الدولي وطبيعة نظم المعلومات التسويقية الدولية المؤثرة في إدارة الشركات الدولية والمنظمات العالمية.

كما أننا في هذا الكتاب سوف نتطرق إلى المعاملات التجارية الدولية والإدارة المالية الدولية واستراتيجيات رأس المال الدولي وطرق وقوانين المحاسبة المالية الدولية وكيف يمكن تنظيم الأعمال الدولية في إدارة الشركات الدولية والمنظمات العالمية.

وفي النهاية فإنه إضافة إلى المواضيع السابقة سوف نقوم أيضاً بشرح وتفصيل لاستراتيجيات إدارة الإدارة العالمية وسنهتم بشرح وتفصيل عن التكنولوجيا الدولية المستخدمة في إدارة الإدارة العالمية وستعرض أخيراً إلى طبيعة مستقبل الأعمال الدولية في إدارة الشركات الدولية والمنظمات العالمية.

وأخيراً وفي نهاية هذه المقدمة فإننا سوف ندخل في صلب مواضيع هذا الكتاب ، هذا والله الموفق،،،

الباب الأول

مدخل عام لإدارة منظمات المال والأعمال الدولية العالمية

الباب الأول

مدخل عام لإدارة منظمات المال والأعمال الدولية العالمية

إن العالم في عصرنا هذا يواجه أكبر التطورات الإدارية والتحولات النقدية والتغيرات البيئية في منظمات الأعمال الدولية نظراً لازدياد عدد الشركات وكبر حجم المنشآت الدولية ولوجود دول خارجية داعمة لأنظمة وسياسات الإدارات الحديثة في منظمات الأعمال الدولية ووجود أنظمة للتجارة العالمية وأيضاً نظراً للنمو السريع في العلم وللتقدم العلمي والتقني والتكنولوجي وللانفجار الهائل في المعلومات والمعارف المختلفة من جوانب الحياة الكثيرة وعلى ذلك كلما زادت الأعمال والمهام وتعددت المسؤوليات والوظائف تعقدت الأنظمة الإدارية وظهرت مبادئ أنظمة التقسيم الوظيفي والتخصص العملي في كل المؤسسات الدولية والمالية والشركات العالمية والتجارية.

إن هذا الكتاب المختص في إدارة الإدارة العالمية المعاصرة والحديثة ليجيب على هذه الأسئلة:

1. ما هي أنظمة وقوانين الشركات الدولية والعالمية؟
2. ما هي خصائص وشروط الشركات والمؤسسات الدولية؟
3. ما هي مفاهيم وإستراتيجيات الشركات والمؤسسات العالمية؟
4. ما هي الدول التجارية الداعمة للنشاط المؤسسي العالمي؟
5. ما هي فعاليات وأنشطة الأعمال والمؤسسات العالمية؟
6. ما هي أسس ومرتكزات المؤسسات الدولية والعالمية؟
7. كيف يمكن الدخول في منظمات الأعمال الدولية؟
8. كيف يمكننا مواكبة التطورات الحديثة التكنولوجية في بيئة الأعمال الدولية الخاصة بالشركات والمؤسسات العالمية؟

9. ما هي تطورات المنشآت الصناعية على المستوى الدولي؟
10. كيف يمكننا تنمية الموارد المالية والبشرية في منظمات الأعمال الدولية؟
11. ما هي قوانين وأوضاع وظروف البيئات التجارية الدولية؟
12. ما هي أشكال العقود الدولية والاتفاقيات التجارية في المؤسسات المالية والتجارية الدولية؟
13. ما هي شروط وقوانين وسياسات التجارة الدولية؟
14. كيف يمكننا تطوير المنظمات التجارية المحلية إلى منظمات تجارية عالمية؟
15. معرفة سياسات صندوق النقد الدولي وشروط وقوانين وإستراتيجيات البنك الدولي؟
16. كيف تطورت الشركات والمؤسسات اليابانية في العالم وأصبحت منظمات دولية وعالمية؟
17. معرفة إستراتيجيات الأعمال الدولية وتنظيمات الشركات والمؤسسات الدولية؟
18. معرفة سياسات وأنظمة وإستراتيجيات النقد الدولي وأشكال رؤوس الأموال الدولية والأعمال الدولية؟

إن علم إدارة الأعمال في الإدارة العالمية الحديثة له طرقه وخصوصياته وشروطه وقوانينه في معرفة كيفية ضم المنشآت والمؤسسات إلى بيئة الأعمال الدولية والعالمية كما أن يعرفنا بكل متطلبات الأعمال الدولية والعالمية المعاصرة والحديثة.

إن السبب الرئيسي الذي جعلني أختار الكتابة والتأليف في موضوع إدارة الأعمال في الإدارة العالمية الحديثة هو مسيرتي العلمية الأكاديمية في مجال تخصص إدارة الأعمال في الإدارة العالمية والإدارة الحديثة والإدارة المعاصرة وإدارة الموارد البشرية وإدارة التسويق الدولي والعالمي كما عملت على دخولي وتعمقي في منظمات الأعمال الدولية والعالمية في عدة مؤسسات دولية وخارجية عربية وأجنبية.

إضافة إلى قيامي بالتدريس في الكليات المختصة بالتخصصات الإدارية والمحاسبية والاقتصادية وكانت طريقتي في تواصلي مع الباحثين العلميين والأكاديميين قوية وذات صلة جيدة في هذه المجالات الإدارية مما ساعدني ذلك على وضع كتاب علمي كبير متخصص في إدارة الأعمال في الإدارة العالمية الحديثة.

فعلم إدارة الأعمال في الإدارة العالمية الحديثة هو علم إدارة الشركات الدولية والمؤسسات الخارجية بقوة وعلم وكفاءة وخبرة مع كيفية استغلال الفرص الوظيفية والإدارية للقيام بعملية التطوير الإداري والوظيفي.

كما يقوم هذا العلم المختص بمجال إدارة الأعمال في الإدارة العالمية الحديثة بفهم ومعرفة وإدراك ودراسة والتعمق في بيئات البنوك الدولية ومنظمات الأعمال الدولية ومعرفة سياسات الاقتصاديات العالمية وشروط المنظمات التجارية الدولية والعالمية ومن هنا فإنني لست غافلاً عن ندرة وقلة الكتب المؤلفة في هذا المجال ولذلك كان وضعي وتأليفي لهذا الكتاب العلمي، راجياً أن يكون مرجعاً علمياً حديثاً لطلبة الدراسات العليا والكليات الجامعية الإدارية والاقتصادية.

إن العالم اليوم يشهد بالفعل تطورات إدارية حديثة وتسارعات عالمية وقانونية وثورات معلوماتية وتقدميات تكنولوجية عجيبة وجديدة لم تكن من ذي قبل، وذلك على كل المستويات الإدارية سواءً أكانت الإدارة العليا ورئاسة مجلس الإدارة أو على الإدارة الوسطى والمتمثلة بالإدارة العامة والإدارة الإشرافية أو على مستوى الإدارة التنفيذية ومستويات الإدارة السفلى والمتمثلة بالتنفيذ والعمل والإنجاز والتنافس مع الغير لإنجاز أكثر عمل ممكن في أقل وقت وبأقل تكلفة وبأعلى جودة مطلوبة.

فكثرة العلوم الملحوظة وتطورات التكنولوجيا وتقدم وسائل النقل والمواصلات وتعدد وسائل الاتصالات السلكية واللاسلكية وظهور الشبكة العنكبوتية وانتشار استخدم الإنترنت في كل مكان أدى إلى السرعة الهائلة في

الحصول على المعلومات المطلوبة مع انفجار في المعارف والعلوم والتخصصات العلمية كل ذلك ساهم في طغيان لغة المادة وانتشار لغة المال والأعمال في كل لحظة عملية قائمة وفي كل تعامل يقوم به الأفراد والموظفين فيما بينهم فأدى ذلك إلى ظهور أنظمة دولية وتجارية وإدارية حديثة تتماشى والتطورات العالمية في منظمات الأعمال.

إن المؤسسات الإدارية والشركات التجارية في عصرنا هذا تخضع لنظام العولمة أي أن تصبح عالمية المنشأ عالمية الشهرة دولية النظام وكذلك لابد أن يكون لها أساس علمي تعتمد عليه وترجع له أثناء دخولها في بيئات منظمات الأعمال الدولية والإدارية مستعينة بالخبراء المختصين في علم إدارة الأعمال في الإدارة العالمية الحديثة.

فلقد شهدت كل المؤسسات المالية والتجارية اليوم في عصرنا هذا متغيرات كثيرة وقوانين جديدة على المستوى الدولي والإقليمي والمحلي فأصبحت حائرة لا تدري ماذا تصنع لتواكب التطورات المذهلة التي تتلقاها فكان من ذلك لجوءها إلى الدخول في منظمات الأعمال الدولية والعالمية المعاصرة والحديثة ليعملوا على تقديم المعلومات الصحيحة لمواجهة تلك التغيرات ولمواكبة التطورات فلا تصبح المؤسسات عاجزة أو مثقلة بالخسائر والديون كما تصبح قادرة على التطور والتجديد في طرقها وإستراتيجياتها وسياساتها الإدارية فتصبح ذات سيطرة دولية وشهرة عالمية تتنافس وبقية الشركات والمنظمات العالمية والدولية.

إن علم إدارة الإدارة العالمية والعالمية علم حديث بذاته جديد في معلوماته معاصر في طرقه وسياساته هام لكل الشركات والمؤسسات المالية والعالمية والدولية المعاصرة والحديثة.

إن هناك نقصاً ملحوظاً في المكتبة العربية في موضوع إدارة الأعمال في الإدارة العالمية الحديثة وذلك مع الأسف الشديد إذ أنه من أهم العلوم الإدارية غير أنه

لم يكتب إلى الآن ولا كتاب مستقل علمي في إدارة الأعمال في الإدارة العالمية الحديثة، فكان ذلك داعماً لي ومعيناً إذ أني رغبت في إثراء المكتبة العربية بوضع كتاب علمي جديد مختص في موضوع إدارة الأعمال في الإدارة العالمية الحديثة لأعمل على إشباع النقص الحاصل في المكتبة العربية لهذا الموضوع ولأسد ثغرة مهمة من الثغور العلمية فأكمل بذلك النقص الحاصل في المكتبة العربية ولأساهم في تكميل البناء العلمي وتشييد الحصن المعرفي هذا والله الموفق.

تعريف ومفهوم إدارة الأعمال في الإدارة العالمية:

هناك عدة تعريفات لإدارة الأعمال في الإدارة العالمية ومنها :

تعريف المدير العالمي والإداري العبقري الدكتور بيترف دراكر:

بأنها وظيفة هادفة يقوم بها المدراء، وترتكز على مجموعة من المبادئ وتسعى إدارة الإدارة العالمية لإنجاز أعمال معينة ولتحقيق أهداف محددة.

تعريف آخر لإدارة الأعمال في الإدارة العالمية:

وهناك تعريف آخر للإدارة وهو: معرفة إلى أين أنت ذاهب والمصاعب التي يجب أن تتعامل معها وكيف تتصرف بقيادة باخرتك وبمعاملة ملاحيك بكفاءة وبدون ضياع وقت أثناء عملية التوصل إلى الطرف الآخر إلى شاطئ الأمان أي إلى تحقيق أهداف المنشأة.

تعريف شامل لإدارة الأعمال في الشركات الدولية والمنظمات العالمية:

كما أن هناك تعريفاً شاملاً لإدارة الإدارة العالمية وهو: أن الإدارة هي عملية التنسيق بين جميع عوامل الإنتاج البشرية وغير البشرية واستعمال الوظائف الإدارية التخطيط والتنظيم، والقيادة، والإشراف، والرقابة حتى يمكن التوصل إلى الهدف المطلوب وبأقصى كفاءة ممكنة.

ومهما يكن فإن الإدارة هي: (تلك العملية التي من خلالها يتمكن مجموعة من الأفراد من التعاون فيما بينهم وتوجيه جهودهم نحو هدف مشترك وذلك لتحقيق هدف محدد للإدارة.

كما أن الإدارة هي: وظيفة تنفيذ الأشياء عن طريق الأشخاص.

ومن الجدير بالذكر أن الإدارة المقصودة في إدارة الإدارة العالمية هي: المعرفة الدقيقة لما تريد من الرجال أن يعملوه ثم التأكد من أنهم يقومون بعملهم بأحسن طريقة وأرخصها، وكذلك من مهام إدارة الإدارة العالمية أن تتنبأ وأن تخطط وأن تنظم وأن تصدر الأوامر وأن تنسق وأن تراقب.

ومن التعاريف الشاملة لعملية الإدارة هي: التنسيق الفعال للموارد المتاحة من خلال العمليات المتكاملة التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة وذلك لتحقيق أهداف العمل الجماعي.

كما يمكن النظر إلى إدارة الإدارة العالمية على أنها: عملية تتألف من أعمال ونشاطات محددة يؤدي تنفيذها إلى حسن سير العمل في المنشأة وبالتالي تحقيق أهداف المنشأة.

ماهية إدارة الأعمال في الإدارة العالمية المعاصرة والحديثة؟

سؤال: كيف ننظر إلى إدارة الأعمال في الإدارة العالمية؟

الجواب: ينظر إلى إدارة الأعمال في الإدارة العالمية على أنها:

أولاً: كعلم من العلوم:

ومن أحد هذه العلوم هو علم إدارة الأعمال حيث تعتبر الإدارة في الإدارة العالمية هي علم من العلوم.

وينظر إلى إدارة الأعمال في الإدارة العالمية الحديثة كعلم كونها مثل العلوم الأخرى مثل علم المحاسبة وعلم السياسة وعلم الاقتصاد، وتبنى هذه الفكرة على أساسين:

1. يقوم علم إدارة الأعمال في الإدارة العالمية على مجموعة من الأسس والمبادئ العلمية والنظريات القابلة للتطبيق كما أن إدارة الأعمال الدولية والعالمية وإدارة الإدارة العالمية تقوم على مجموعة من القوانين العلمية وعلى أسس محددة من المعلومات والقوانين الإدارية العلمية كما تعتمد إدارة الإدارة العالمية على مجموعة من النظريات العلمية والقوانين والتعاريف العلمية الشاملة لتوضيح أسس ومبادئ وقوانين وأهداف إدارة الأعمال في الإدارة العالمية.
2. أن المشكلات الإدارية التي تظهر في الإدارة العالمية يمكن التعبير عنها بشكل محاسبي وبقواعد محاسبية ومالية ذات قيم وعلاقات محددة كما أن المشكلات المختلفة الإدارية والمحاسبية والعلاقات والأرقام والبيانات والمعلومات الإدارية والمحاسبية الموجودة في إدارة الشركات الدولية والعالمية يمكن صياغتها بقوانين معينة ويمكن تحليلها كما يمكن إظهارها بشكل أرقام وأعداد ونتائج وجداول رقمية ومعلوماتية وبيانية ورقمية مختلفة.

ثانياً: أن إدارة الأعمال في الإدارة العالمية هي فن من الفنون:

والسبب في وجود هذه الفكرة أنه يرى بعض العلماء أن الإدارة هي فن وذلك لأن الإدارة تحتاج إلى ذكاء وسرعة وبداهة وتطور ومهارة وذلك للتخلص من الروتين ومن الملل الوظيفي ومن متطلبات الدخول في مرحلة فنية جديدة فإنك تحتاج إلى شيء من الذوق الرفيع والفن الرائع في عملية استخدام الإدارة وممارستها بفن وذوق مهارة وإبداع.

فإدارة الإدارة العالمية تحتاج إلى إبداع ومهارة وفن في التعامل مع الآخرين كما تحتاج إلى فن في التعامل الإداري مع الإداريين والموظفين فضلاً إلى أهمية وجود اللباقة والمهارة العملية والوظيفية في التعامل مع الكوادر والموارد البشرية المختلفة.

ولذلك تتطلب إدارة الإدارة العالمية وجود فن ومهارة وخبرة ولباقة كشرط أساسي لاستمرار الروح الإدارية النشطة ضمن المنشآت الإدارية والتجارية المختلفة.

وتعتبر أساليب الفن الإداري والمهارة الإدارية واللباقة الفنية والإدارية من أهم متطلبات التعامل مع القوانين الإدارية المختلفة فوجود المزيد من المهارات الفنية في أمور التعامل الإداري يؤدي إلى مزيد من النجاح والإستمرار والعطاء ومواصلة السير على طريق النجاح الإداري والتقدم العملي الحضاري.

إن من أهم متطلبات التعاملات الإدارية هو توفر العديد من المهارات الإدارية والفنية لضمان استمرار العطاء والنجاح والتقدم الوظيفي والإداري ومن هذه المهارات الفنية التي تتطلبها الشركات الدولية ما يلي:

1. فن التعامل مع الآخرين.
2. فن التعامل مع الإداريين والموظفين.
3. فن التعامل مع الزبائن والعملاء والمستفيدين والمستهلكين.
4. فن التعامل مع المشكلات الإدارية المختلفة.

5. فن التعامل مع الأزمات المالية والاقتصادية والإدارية والتجارية والثقافية.
6. فن تخطي المشكلات والعوائق.
7. فن الخطابة.
8. فن الرد والإجابة.
9. فن التعامل السليم.
10. فن الإلقاء والعرض والتقديم.
11. فن التعامل مع الأجهزة المادية الملموسة.
12. فن التعامل مع الأمور والأجهزة والأدوات والآلات والمعدات المرئية والملموسة والمشاهدة والحسية والمسموعة.
13. فن التعامل مع الأجهزة المتطورة.
14. فن التعامل مع الأجهزة المختلفة الكلاسيكية والحديثة.
15. فن التعامل مع الأدوات والمعدات المتعددة.
16. فن التعامل مع الأمور المادية.
17. فن التعامل مع الأمور المعنوية.
18. فن التعامل مع الأمور الخدمية.
19. فن التعامل مع الأمور التسويقية.
20. وأخيراً فن التعامل مع الأمور الخارجية والداخلية للشركات الدولية والعالمية.

ثالثاً: أن إدارة الأعمال في الإدارة العالمية هي خبرة من الخبرات:

يرى بعض العلماء أن الإدارة هي خبرة وتحتاج إلى خبرة عملية وذلك لأن:

1. أن المدراء قد زاد عددهم وأصبحوا قوة لا يستهان بها.
2. أنه قد أصبح للإدارة رصيد كاف من العلم والمعرفة والأساليب التطبيقية مما أصبح يؤهلها لأن تصبح مهنة.

3. أن هناك الكثير من المديرين المحترفين والذين يجيدون تطبيق العملية الإدارة كمهنة ولديهم خبرة عملية كافية.
4. وجود الكثير من المكاتب والمؤسسات.
5. أنه بصورة عامة لم تتوفر للإدارة الخصائص والصفات المفروض توافرها للمهنة أو الحرفة.
6. هناك أساليب علمية يمكن تطبيقها في مجال الإدارة. من هذه الأساليب العلمية ما يلي:
   1. علم النفس.
   2. علم البرمجة.
   3. نظم المعلومات الإدارية.
   4. الذكاء العاطفي.
   5. الأساليب العلمية الحديثة في الإدارات العلية الحديثة.
   6. علم النفس الإداري الحديث.
   7. شجرة اتخاذ القرارات الإدارية.
   8. علم البرمجة اللغوية العصبية وعلاقته بإدارة الشركات والعلوم الإدارية الأخرى.

قاعدة إدارية:

قانون تعريف إدارة الإدارة العالمية:

إن إدارة الأعمال في الإدارة العالمية المقصود بها هنا هي:

تلك العملية التي من خلالها يتمكن مجموعة من الأفراد من التعاون فيما بينهم وتوجيه جهودهم نحو هدف مشترك وذلك لتحقيق هدف محدد للإدارة.

كما أن إدارة الإدارة العالمية هي: وظيفة تنفيذ الأشياء عن طريق الأشخاص.

ومن الجدير بالذكر أن إدارة الإدارة العالمية هي عبارة عن المعرفة الدقيقة لما تريد من الرجال أن يعملوه ثم التأكد من أنهم يقومون بعملهم بأحسن طريقة وأرخصها.

وكذلك من مهام إدارة الإدارة العالمية أن تتنبأ وأن تخطط وأن تنظم وأن تصدر الأوامر وأن تنسق وأن تراقب.

ومن التعاريف الشاملة لإدارة الإدارة العالمية هي أن إدارة الإدارة العالمية عبارة عن التنسيق الفعال للموارد المتاحة من خلال العمليات المتكاملة التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة وذلك لتحقيق أهداف العمل الجماعي.

كما يمكن النظر إلى إدارة الإدارة العالمية على أنها: عملية تتألف من أعمال ونشاطات محددة يؤدي تنفيذها إلى حسن سير العمل في المنشأة وبالتالي تحقيق أهداف المنشأة بطريقة صحيحة.

ما المقصود من إدارة الأعمال في الإدارة العالمية؟

إن إدارة الإدارة العالمية هي عبارة عن ممارسة وظائف الإدارة من تخطيط وتنظيم وتنسيق وتوجيه ورقابة وتنفيذ وتعديل وذلك لخدمة وظائف المنشأة من إنتاج وتسويق وتمويل وتنمية أفراد وتطوير وتحديث، مع مراعاة الأنواع البيئية الدولية المختلفة بين الدول مثل بيئة التسويق والسوق الدولي وبيئة المنظمات التجارية العالمية وبيئات الصيرفة والصرافة الدولية وبيئات البنوك الدولية، وذلك بهدف تحقيق الأهداف المنشودة في الإدارة.

كما أن إدارة الإدارة العالمية هي عبارة عن تعاملات أو تبادلات تجارية بين الأفراد أو مؤسسات بهدف إجراء عمليات تجارية في السلع والخدمات، كما أن التعامل مع أكثر من جهة والتعاون مع أكثر من اقتصاد دولة واحدة والشراكة

مع أكثر من دولة يجعل منظمات الأعمال الدولية في حالة من الاستمرارية ويساعدها على زيادة الأرباح كما يجعلها دولية وعالمية الموقع والانتشار الجغرافي والمكاني فتصبح مشهورة دولياً.

كما يمكن أن تعتمد إدارة الإدارة العالمية على الاستثمار المباشر وهو امتلاك أو شراء شيء ملموس ومحدد في الشركة وتجارة نوع معين من البضائع والسلع في الشركة مما يؤدي ذلك إلى إحداث تغير وتحسن مالي وإداري للشركة ويؤثر على سمعة وشهرة ومكانة الشركة.

كما يمكن أن تعتمد إدارة الإدارة العالمية على بيئة الاستثمار الغير مباشر مثل القيام بشراء أوراق مالية كأسهم أو سندات بهدف الربح، مما يؤدي للتأثير غير المباشر على أرباح الشركة ومكانتها.

أنواع الإدارة العالمية:

كما أن هناك عدة أنواع للشركات في منظمات الأعمال الدولية والتي تعتمد على إدارة الإدارة العالمية في أعمالها ومن هذه الشركات ما يلي:

1. **الشركة الدولية والتي تأسست عام 1920 م:**

(INTERNATIONAL COMPANY):

وهي الشركات التي تتواجد سلعياً أو خدمياً في محيط إقليمي في قارة واحدة وفي عدد من الدول من ذلك الإقليم أو القارة.

كما أن المركز الرئيسي لهذه الشركات يكون في البلد الأم.

ويشرف هذا المركز الرئيسي على إدارة شئون التواجد السلعي أو الخدمي في الفروع.

كما أن إستراتيجية وإدارة الفروع في الشركات الدولية ترتبط بالشركة الأم بصورة مباشرة، كما أن عملية اتخاذ القرارات يكون مركزي إلى حد كبير في إدارة الفروع.

والشركة الدولية هي الشركة التي يمكن أن نجدها ونحصل عليها ودخولها والانضمام إليها والاستفادة من خدماتها ومنتجاتها في كثير من الدول ذات الجوار وذات الإقليم الواحد والتي تكون هذه الدول مشتركة في إقليم جغرافي واحد وبينها حدود مرتبطة ومتلاصقة بها إقليمياً وجغرافياً حيث تكون هناك شركة دولية لها مركز رئيسي واحد وفروع متعددة ووكالات متواجدة وفروع تابعة في كثير من الدول ذات الإقليم الواحد والمنطقة الجغرافية المتصلة والمرتبطة فيما بينها إقليمياً وجغرافياً.

ويقوم المركز الرئيسي للشركة الأم للشركة الدولية بعملية الإشراف الإداري والقانوني المركزي على الفروع الأخرى الخارجية للشركة في الدول الخارجية.

ويقوم المركز الرئيسي بتحديد القوانين والإستراتيجيات والقرارات المركزية الخاصة والمتعلقة بالشركة الأم لهذه الشركة الدولية وتحدد كذلك المهام والوظائف والقوانين والأنشطة الأخرى المختلفة.

2. الشركة المتعددة الجنسية والتي بدأت نشاطها عام (1940):

(MULTI NATIONAL ENTERPRISE COOPERATION):

وهذه الشركات تتواجد في أكثر من قارة وفي عدد من الدول في كل قارة.

كما أن هناك مركز إقليمي لكل قارة و يشرف هذا المركز الإقليمي على إدارة التواجد السلعي أو الخدمي في الفروع.

كما أن إستراتيجية إدارة الفروع ترتبط بالمركز الإقليمي الموجود في القارة بصورة مباشرة، وبالشركة الأم بصورة غير مباشرة.

ويمكن الحصول على هذه الشركات متعددة الجنسيات في كثير من الدول وفي كثير من البلدان والقارات حول العالم.

وتختص الشركات متعددة الجنسيات بأن لها تواجد كبير وانتشار كثير وكثيف حول مختلف الدول ويمكن الاستفادة منها في كثير من البلدان والمناطق والقارات بشكل عالمي.

وهناك إدارة متخصصة للإشراف الخارجي الغير مباشر على الإدارات والشركات الأخرى الفرعية التابعة للشركة الأم في كل منطقة من المناطق وفي كل دولة من الدول وفي كل قارة من القارات.

والفروع للشركات المتعددة الجنسيات ترتبط ارتباطا مركزياً مباشراً قوياً بالإدارة الإشرافية والإدارة العامة والإدارة العليا للشركة الرئيسية وتتعامل مع المركز الرئيسي للشركة باعتباره الشركة المسئولة أو الشركة الأم لهذه الشركات المتعددة الجنسيات والتي أكثر ما يميزها هو كثرتها وتعددها وتنوعها وكثافة وجودها وانتشارها دولياً وعالمياً.

3. الشركة العالمية والتي بدأت أعمالها عام 1990م:

(GLOBAL COMPANY):

وهذه الشركات تتواجد في كل قارات العالم، كما أن هناك مركز إقليمي لكل قارة يرتبط به مركز رئيسي لكل دولة.

وإستراتيجية وإدارة الفروع في الدولة ترتبط ارتباط مباشر بالمركز الإقليمي للدولة. وتكون عملية اتخاذ القرارات لامركزية في أغلب الأحيان في إدارة الفروع.

وتتواجد الشركات العالمية في كثير من القارات وفي كثير من الدول والبلدان ولكل شركة عالمية مركز إقليمي خاص بكل قارة يجمع هذا المركز الإقليمي لهذه الشركة الفروع الأخرى لكل الدول التي يتواجد فيها فروع لهذه الشركة العالمية.

وترتبط الإدارة المركزية والشركة الأم والمركز الرئيسي للشركة العالمية بالفروع الأخرى للشركة العالمية في الدول الخارجية ويكون هذا الارتباط بين الشركة الأم والفروع ارتباطاً وثيقاً مباشراً إلا أن عملية التخطيطات الإدارية وعملية اتخاذ القرارات الإدارية غالباً ما تكون ضمن النظام الإداري اللامركزي حيث تعتمد الشركة العالمية في تعاملها مع الفروع على نظام التفويض والاعتماد على الوكالات وقانون التوكيل التجاري والإداري.

واشتهرت الشركة العالمية وتواجدت وانتشرت وتوسعت الشركات العالمية في كثير من دول العالم ولذلك سميت بالشركة العالمية نظراً لوجودها وانتشارها وتوسعها على المستوى العالمي.

ويوجد هناك مركز رئيسي للشركة العالمية في إحدى الدول بينما تتواجد فروع أخرى كثيرة منتشرة حول العالم لهذه الشركة العالمية في كل دولة من دول العالم ويمكن الحصول على خدمات هذه الشركات العالمية والاستفادة من منتجات الشركات العالمية في كثيرٍ من الدول والبلدان والمناطق والقارات على المستوى الدولي والعالمي.

أسباب انتشار المنظمات الدولية:

هناك عدة أسباب أدت إلى انتشار منظمات الأعمال الدولية ومن هذه الأسباب ما يلي:

1. ظهور فوائض مالية ضخمة خصوصاً بعد الحرب العالمية الثانية والتي ساهمت هذه الفوائض المالية في زيادة حجم الإنتاج السلعي والذي انعكس على فتح أسواق جديدة عالمية.
2. الرغبة الدولية لدى كثير من الدول الصناعية على تحرير التجارة الدولية والتخلص من القيود.

3. تنامي قوة الشركات وتحولها من شركات دولية إلى متعددة الجنسية.
4. وجود منافسة دولية شديدة بين الإدارة العالمية.
5. تعدد وتنوع ووجود العديد من القوانين للشركات الدولية وقوانين التجارة الدولية.
6. ازدياد معدلات التكامل الاقتصادي وانتشار التكتلات الاقتصادية بين الدول.
7. الرغبة في زيادة الأرباح.
8. الرغبة في الانتشار والتوسع الدولي والعالمي والإقليمي والكوني والجغرافي.
9. الرغبة في تحرير اقتصاديات الدول وذلك من خلال:
- رفع القيود الحكومية على أنشطة القطاع الخاص.
- خصخصة الخدمات الحكومية.
- انهيار الإتحاد السوفيتي.
- تطور علم المعلومات و الحاسب الآلي.
- تطور قطاعات الاتصالات والمواصلات.

مرتكزات إدارة الأعمال في الإدارة العالمية:

تعتمد إدارة الإدارة العالمية على **التجارة الخارجية** (EXTERNAL TRADE) وقد قامت كثير من الشركات بالقيام بالتجارة الخارجية وذلك بهدف الاستفادة من الطاقات غير المستغلة والعمل على تخفيض التكاليف ويتم ذلك عن طريق التوسع في الإنتاج، والبحث عن أسواق جديدة، إضافة للرغبة في تحقيق أرباح إضافية والعمل على تقليل المخاطر حيث أن الاعتماد على سوق واحد يزيد من المخاطر.

كما أن إدارة الإدارة العالمية تعتمد على التنافس والبيئة التنافسية الشديدة وأهم العوامل التي دعت للتنافس بين الشركات والمنظمات الدولية هي درجة

الانفتاح والحرية في الدولة، كما أن نوع الحكومة ونظام الحكم يلعب دوراً كبيراً في التنافس والانتشار الدولي كما أن توفر وتنوع المؤسسات المالية والبنوك أدى إلى الحث على المسارعة في التنافس بين الشركات كما أن القوانين الخارجية للدول والقوانين الداخلية أيضاً ساهم في التنافس والحث على المنافسة بين الشركات إضافة لنوع الإدارة المتبعة في هذه الشركات وتنوع وتعدد المجتمعات والشعوب وعاداتهم وتقاليدهم.

أنواع منظمات الأعمال الدولية والعالمية:

كما أنه ظهرت عدة أنواع من المنظمات الدولية والمندرجة في إطار منظمات الأعمال الدولية ومنها:

1. منطقة التجارة الحرة: (FTA) : (FREE TRADE AREA):

وتعني إزالة جميع العوائق الجمركية وغير الجمركية فيما بين الدول الأعضاء في المنطقة.

2. الإتحاد الجمركي (CU) : (CUSTOM UNION):

ويعني توحيد التعريفة الجمركية الخارجية للدول الأعضاء في الإتحاد، تجاه الدول الأخرى.

3. السوق المشتركة: (CM): (COMMON MARKETS):

ويعني توحيد سياسات وأجهزة تنقل عناصر الإنتاج بين الدول الأعضاء في السوق.

4. الإتحاد المالي والاقتصادي:

(ECONOMIC FINANCIAL UNION): (EFU):

ويعني توحيد السياسات الاقتصادية والمالية والتجارية والزراعية والبيئية بين الدول الأعضاء في الإتحاد.

5. الإتحاد السياسي: (PU): (POLITICAL UNION)

ويعني توحيد السياسة الخارجية العامة للدول الأعضاء في الإتحاد تجاه دول العالم الخارجي.

6. اتفاقية السوق العربية المشتركة:

حيث تقوم بعض الدول العربية بالتعاون فيما بينها لإزالة العوائق أمام الشركات والمنظمات الدولية.

7. الجات (GATT):

(General Agreement on Tariffs and Trade):

وهي الاتفاقيات العامة للتعريفات والتجارة وتسمى (جات) (GATT) وهي اختصار للجملة التالية:

(General Agreement on Tariffs and Trade).

ونشأت بعد الحرب العالمية الثانية بمبادرة أمريكية بريطانية وتحديداً مع بداية الإعلان عن تأسيس ثلاث منظمات هي:

أ. صندوق النقد الدولي.

ب. البنك الدولي للإنشاء والتعمير.

ج. منظمة التجارة الدولية.

وتأسست عام 1947م بعد رفض فكرة منظمة التجارة الدولية من الكونجرس الأمريكي وأخذت حيز التنفيذ في يناير 1948م في جنيف بسويسرا.

كما تأسست سكرتارية خاصة بها لمتابعة شؤون الاتفاقية.

وهي تعمل على تحرير التجارة في السلع فقط، وفي التطبيق تم التركيز على السلع الصناعية وتركت السلع الزراعية والمنسوجات خارج الاهتمام.

وشاركت عدة دول في هذه الاتفاقية وعدد الدول 23 دولة وهي الدول المؤسسة للاتفاق ويكون الاتفاق غير ملزم للأطراف المتعاقدة، كما لم تكن هناك آلية واضحة وملزمة لفض المنازعات التجارية.

وتعتمد اتفاقية الجات على 3 أسس هي:

- التجارة في السلع (GAT).
- التجارة في الخدمات (GATS).
- حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة (TRIPS).

كما تم تحويل الاتفاق إلى منظمة التجارة العالمية ورمزها (WTO) وكان ذلك في يناير عام 1994م وعلامتها الجديدة أصبحت (++ GATT).

كما تهدف اتفاقية الجات على تحرير التجارة الدولية وإزالة العوائق أمام التبادل التجاري بين الدول وحل المنازعات التجارية الدولية عن طريق المفاوضات وتهيئة المناخ الدولي والإعداد لإنشاء منظمة التجارة العالمية.

أسباب ظهور أنظمة التجارة العالمية:

كما أن هناك عدة ظروف دولية تسببت في تكوين نظام تجارة عالمي ومنظمات مال وأعمال دولية ومن هذه الظروف ما يلي:

1. زيادة حدة المنافسة على الأسواق الخارجية.
2. ارتفاع أسعار النفط عالمياً.
3. تراجع الأداء الاقتصادي في الدول الصناعية المتقدمة.
4. ظهور أهمية ومكانة الخدمات وحقوق الملكية الفكرية في الدول الصناعية المتقدمة.
5. زيادة دعم القطاع الزراعي في الإتحاد الأوروبي.
6. ارتفاع أسعار الخدمات عالمياً.

7. ارتفاع أسعار المنتجات والصناعات على المستوى المحلي والصناعات الوطنية إضافة على ارتفاع أسعار المنتجات والصناعات على المستوى الدولي والعالمي.
8. وجود منافسة شديدة فيما بين الشركات الدولية الكبرى والمنظمات العالمية.
9. وجود أثر مشاهد وملموس لارتفاع الأسعار عالمياً.
10. انتشار ظاهرة الغلاء العالمي.
11. اهتمام الدول الكبرى الأمريكية والأوروبية بالقطاع الزراعي والصناعي.
12. انتشار الأسواق الدولية والعالمية.
13. ارتفاع أسعار الذهب في ما بعد الأزمة الاقتصادية العالمية فيما بعد عام 2009م.
14. اهتمام الدول بالخدمات الإدارية والتسويقية.
15. وجود أنظمة وقوانين خاصة لحماية الحقوق المعنوية لحقوق الاختراع وحقوق الملكية الفكرية وبراءة الاختراع.
16. انتشار المنظمات الدولية والشركات العالمية في كثير من دول العالم.
17. تشجيع الدول على الاستثمار والتجارة الخارجية.
18. اهتمام الدول المتقدمة بالصناعات المتطورة.
19. ظهور صناعات متطورة وتقنيات حديثة.
20. انتشار منظمات مالية على المستوى العالمي.
21. تعدد وتنوع البنوك والمصارف المالية بشكل كبير.

مخاطر تواجه منظمات الأعمال الدولية:

وهناك مخاوف ومخاطر وصعوبات تواجه منظمات الأعمال الدولية وتقع عائقاً أمام إدارة الإدارة العالمية ومن هذه الصعوبات والعوائق ما يلي:

1. تقلبات الأسعار في صرف العملات: حيث يتغير سعر العملة من بلد لآخر وتتغير تدفقات رأس المال بين الشركة الأم وشركاتها التابعة لها في الأقطار الأخرى.
2. مخاطر التحويل المالي الخارجي والداخلي: وتتمثل في عدم قدرة الشركة على تحويل الأرباح المكتسبة والأموال خارج القطر المستثمر فيه.
3. مخاطر سيادة الدولة.
4. مخاطر القوانين السياسية بين الدول.
5. مخاطر القوانين الاقتصادية.
6. مخاطر تقلبات أسعار صرف العملات.
7. مخاطر سياسية.
8. مخاطر حكومية.
9. مخاطر اقتصادية.
10. مخاطر ثقافية.
11. مخاطر تغير العادات والتقاليد الاجتماعية.
12. مخاطر اجتماعية.

وبهذا نكون قد انتهينا من وضع تعريف شامل لإدارة الإدارة العالمية وسنقوم فيما يلي بذكر وسرد لأنواع الإدارات في منظمات الأعمال الدولية.

أنواع الإدارات الدولية للشركات ومنظمات المال والأعمال الدولية:

1. إدارة نظم المعلومات الإدارية.
2. إدارة الوقت.
3. إدارة الشركات العالمية.
4. إدارة المعرفة.

5. إدارة الأفراد.
6. إدارة الأعمال.
7. إدارة الأعمال الدولية والعالمية.
8. إدارة منظمات المال والأعمال المحلية.
9. إدارة الإدارة العالمية.
10. إدارة المكاتب.
11. إدارة المكاتب الإدارية.
12. إدارة المكاتب الإلكترونية.
13. إدارة المشتريات.
14. إدارة المخازن.
15. إدارة الإنتاج.
16. إدارة العمليات.
17. إدارة الدولة.
18. الإدارة السياسية.
19. إدارة القرارات.
20. الإدارة بالأهداف.
21. الإدارة بالاستثناء.
22. الإدارة الموقفية.
23. إدارة شؤون الموظفين.
24. الإدارة المحاسبية.
25. الإدارة المالية.
26. إدارة الفروع.
27. إدارة المشكلات الإدارية.

28. إدارة بحوث العمليات الإدارية.

29. إدارة الموارد البشرية.

30. إدارة الموارد البشرية الدولية الحديثة.

31. الإدارة المالية.

32. الإدارة المالية الدولية الحديثة.

33. الإدارة الحديثة.

34. الإدارة المعاصرة.

35. الإدارة التربوية.

36. الإدارة المدرسية.

37. الإدارة الصفية.

38. الإدارة التعليمية.

39. الإدارة الجامعية.

40. الإدارة العامة.

41. الإدارة الإستراتيجية.

42. الإدارة التسويقية.

43. الإدارة المكتبية.

44. الإدارة المحلية.

45. الإدارة الدولية.

46. الإدارة الرقابية.

47. الإدارة العلمية.

48. الإدارة الخدمية.

49. إدارة المنشآت الإنتاجية.

50. إدارة المصانع.

51. إدارة المنشآت الخدمية.

52. إدارة الوزارات الحكومية.

53. إدارة الهيئات السياسية.

54. إدارة الأزمات الاقتصادية.

55. إدارة الأزمات المالية.

56. إدارة القوى العاملة.

57. إدارة الاقتصاد القومي.

58. إدارة الاقتصاد المحلي.

59. إدارة الاقتصاد العالمي.

60. إدارة التسويق المحلي.

61. إدارة التسويق العالمي.

62. إدارة الإعلام.

63. إدارة المواصلات.

64. إدارة النقل المحلي.

65. إدارة النقل العالمي.

66. إدارة المؤسسات التجارية.

67. إدارة النقل العام.

68. إدارة النقل الخاص.

69. إدارة الأمن الدولي.

70. إدارة الأمن المحلي.

71. إدارة القضاء الأعلى.

72. إدارة المحاكم القضائية.

73. إدارة المكاتب الدولية.

74. إدارة المكاتب العالمية.

75. إدارة المستشفيات والمنشآت الصحية.

76. إدارة الفنادق السياحية.

77. إدارة المطاعم.

78. الإدارة السياحية.

79. إدارة المهرجانات الدولية والعالمية.

80. إدارة المعارض الدولية.

81. إدارة المنشآت التجارية.

82. إدارة البنوك والمصارف.

83. إدارة المنشآت المهنية.

وقد اكتفى المؤلف بذكر وسرد وتعداد هذه الفروع والأقسام والتخصصات الإدارية دون الشرح والإسهاب والتفصيل فيها وذلك نظراً لما قام به المؤلف من وضع كتب وأبحاث علمية خاصة أسهب فيها وشرح ووضح كل موضوع وكل تخصص وفرع من هذه الفروع الإدارية على حدة في كتاب منفصل وبحث مستقل يخدم كل موضوع وعنوان بالشرح والتفصيل.

وقد أفرد المؤلف كتاباً خاصاً عن كل قسم من هذه الأقسام والفروع والتخصصات الإدارية كما يمكن الرجوع للدار الناشرة والمكتبة العلمية الداعمة لهذا الكتاب لطلب بقية الكتب والتخصصات الأخرى المذكورة في هذا الكتاب.

صفات المدير والقائد في منظمات الأعمال الدولية:

لقد ذكر الله تعالى في القرآن الكريم صفات محددة وأخلاق معينة يجب على الإنسان أن يتحلى بها فيتخذها طريقة له ومنهجاً يرتضيه وقد جمعتُ من القرآن الكريم كاملاً كل ما ذكره الله تعالى ووضحه وبينه للإنسان مما يجب عليه

الالتزام به من الأخلاق العليا والتي تتناسب مع أخلاق الرجل القائد وينبغي على كل مدير أن يتبع هذه الخطة الأخلاقية العليا نظراً لأنها تتناسب وطبيعة العمل الإداري والمكتبي الراقي في التعامل والتصرف مع الآخرين وإليكم بياناً مفصلاً عنها:

1. الصبر: فمن المتفق عليه أن المدير عليه أعمال وواجبات ووظائف كثيرة إضافة إلى الالتزامات المكلف بها فهذا يحتاج إلى صبر وقد قال الله تعالى: (يا أيها الذين آمنوا استعينوا بالصبر والصلاة إن الله مع الصابرين) (آية 153 سور البقرة).
2. وقال الله تعالى: (يا أيها الذين آمنوا اصبروا وصابروا ورابطوا واتقوا الله لعلكم تفلحون) (آية 200 سورة آل عمران).
3. الشكر: فالمدير يحتاج إلى الشكر والتقدير دائماً وكذلك يقوم المدير بممارسة عملية الشكر والثناء إلى من أحسن إليه فقد قال الله تعالى: (يا أيها الذين آمنوا كلوا من طيبات ما رزقناكم واشكروا لله إن كنتم إياه تعبدون) (آية 172 سورة البقرة).
4. الإحسان للآخرين: فالمدير دائماً يسعى لتقديم الإحسان للآخرين ومساعدتهم قال الله تعالى: (إن الله يأمر بالعدل والإحسان وإيتاءي ذي القربى وينهى عن الفحشاء والمنكر والبغي يعظكم لعلكم تذكرون) (آية 90 سورة النحل).
5. الكلام الطيب: فالمدير هو بحاجة ماسة للكلام الجميل والحسن والطيب مع الآخرين من الموظفين أو غيرهم سواءً خارج المنظمة الإدارية أو حتى داخل مكتبه قال الله تعالى: (وقل لعبادي يقولوا التي هي أحسن إن الشيطان ينزغ بينهم إن الشيطان كان للإنسان عدواً مبيناً) (آية 53 سورة الإسراء).

6. العفو والصفح: فمن أخلاق المدير الهامة أن يعفو عن الزلات ويتسامح وينسى الأخطاء الصادرة من الآخرين معه إذا بدر الاعتذار منهم إن كانوا مخطئين قال الله تعالى: (يا أيها الذين آمنوا إن من أزواجكم وأولادكم عدواً لكم فاحذروهم وإن تعفوا وتصفحوا وتغفروا فإن الله غفور رحيم) (آية 14 سورة التغابن).

7. الصدق: فمن أهم الصفات والأخلاق الواجب توفرها في كل موظف هي الصدق في التعامل والصدق مع الآخرين والصدق في الكلام قال الله تعالى: (يا أيها الذين آمنوا اتقوا الله وكونوا مع الصادقين) (آية 119سورة التوبة).

8. إصلاح الأخطاء والمبادرة في الإصلاح بين الآخرين: قال الله تعالى: (لا خير في كثير من نجواهم إلا من أمر بصدقة أو معروف أو إصلاح بين الناس ومن يفعل ذلك ابتغاء مرضات الله فسوف نؤتيه أجراً عظيماً) (آية 114 سورة النساء).

9. أداء الأمانة: فمن المهمات الإدارية والمصاحبة للأخلاق الإدارية القيام بتوصيل الأمانات وأدائها على أكمل وجه دون نقص أو غش فقد قال الله تعالى: (إن الله يأمركم أن تؤدوا الأمانات إلى أهلها وإذا حكمتم بين الناس أن تحكموا بالعدل إن الله نعمّا يعظكم به إن الله كان سميعاً بصيراً) (آية 58 سورة النساء).

10. الاجتماع والإتحاد وعدم التفرق: فمن المتفق عليه أن المدير يجب أن تكون علاقته قوية بالموظفين فيتحد معهم ويتفق مع الآخرين ولا يختلف وينتقد نقداً سلبياً بل يسدد ويقارب ما استطاع إلى ذلك سبيلاً قال الله تعالى: (واعتصموا بحبل الله جميعاً ولا تفرقوا) (آية 103 سورة آل عمران) وقال الله تعالى: (وأطيعوا الله ورسوله ولا تنازعوا فتفشلوا وتذهب ريحكم واصبروا إن الله مع الصابرين) (آية 46 سورة الأنفال).

11. التشاور والمشاورة وعقد مجلس للشورى داخل المؤسسة الإدارية للتشاور مع الموظفين وأخذ آرائهم ومراجعة الأمور والقرارات الإدارية معهم قال الله تعالى: (وأمرهم شورى بينهم) (آية 38 سورة الشورى) وقال الله تعالى مخاطباً نبيه العظيم محمد صلى الله عليه وسلم يبين كيف يتعامل مع أصحابه المسلمين (وشاورهم في الأمر) (آية 159 سورة آل عمران).

12. العدل: فمن الأمور الهامة في الحياة العملية والوظيفية هي العدل قال الله تعالى: (وأقسطوا إن الله يحب المقسطين) (آية 9 سورة الحجرات) وقال الله تعالى: (إن الله يأمر بالعدل) (آية 90 سورة النحل).

13. الوفاء بالوعود والعهود والمواثيق والصدق في كتابة وإمضاء العقود الإدارية قال الله تعالى: (يا أيها الذين آمنوا أوفوا بالعقود) (آية 1 سورة المائدة).

14. التعاون على العمل الجاد المثمر والتعاون على الخير: قال الله تعالى: (وتعاونوا على البر والتقوى ولا تعاونوا على الإثم والعدوان) (آية 2 سورة المائدة).

15. التواضع: فمن الصفات الحميدة التي يجب توفرها في المدير والرئيس والأمير والوزير هي التواضع قال الله تعالى موضحاً وصية الرجل الحكيم لقمان لابنه: (ولا تصعر خدّك للناس ولا تمش في الأرض مرحاً إن الله لا يحب كل مختال فخور) (آية 18 سورة لقمان).

16. عدم التدخل في شؤون الآخرين وعدم السؤال عن أمور لا تهم السائل وترك الفضول قال الله تعالى: (يا أيها الذين آمنوا لا تسألوا عن أشياء إن تبد لكم تسؤكم) (آية 101 سورة المائدة) وقال الله تعالى: (يا أيها الذين آمنوا عليكم أنفسكم لا يضركم من ضل إذا اهتديتم) (آية 105 سورة المائدة).

17. أخذ الأمور بجدية وترك اللعب والتسويف والبعد عن الاستهتار قال الله تعالى موجهاً كلامه إلى نبيه الكريم يحيى عليه الصلاة والسلام: يا يحيى خذ الكتاب بقوة وآتيناه الحكم صبياً) (آية 12: سورة مريم).

18. الإعراض عن المنتقدين نقداً هداماً وتجاهل الحاسدين ونبذ من يخرب عليك العمل الإداري قال الله تعالى: (خذ العفو وأمر بالعرف وأعرض عن الجاهلين) (آية 199 سورة الأعراف)، وقال الله تعالى مخاطباً نبيه محمد صلى الله عليه وسلم: (واصبر على ما يقولون واهجرهم هجراً جميلاً) (آية 10 سورة المزمل).

19. العلم وزيادة المعرفة فلابد أن يكون المدير ملماً بكثير من المعلومات التي تساعده على مواجهة الأزمات قال الله تعالى: (لتعلموا عدد السنين والحساب) (آية 5 سورة يونس) وقال الله تعالى: (قل هل يستوي الذين يعلمون والذين لا يعلمون) (آية 9 سورة الزمر).

20. الكرم والإيثار والبذل والعطاء فإن من أهم صفات المدراء والقادة الكرم المالي والمساعدة المالية والدعم المعنوي: قال الله تعالى: (ويؤثرون على أنفسهم ولو كان بهم خصاصة ومن يوق شح نفسه فأولئك هم المفلحون) (آية 9سورة الحشر).

21. الرحمة والمودة والرفق والمحبة: قال الله تعالى: (وجعل بينكم مودة ورحمة) (آية 21 سورة الروم) وقد قال الله تعالى (وما أرسلناك إلا رحمة للعالمين) (آية 107 سورة الأنبياء).

22. الشجاعة: قال الله تعالى (ومن يعمل من الصالحات وهو مؤمن فلا يخاف ظلماً ولا هضماً) (آية 112 سورة طه) وقال الله تعالى: (ومن يؤمن بربه فلا يخاف بخساً ولا رهقاً) (آية 13 سورة الجن).

23. التثبت من الأمور وعدم الاستعجال في الحكم على الأشخاص أو على المسائل الإدارية: قال الله تعالى: (يا أيها الذين آمنوا إن جاءكم فاسق بنبأ فتبينوا أن تصيبوا قوماً بجهالة فتصبحوا على ما فعلتم نادمين) (آية 6 سورة الحجرات).

24. عدم الإسراف أو التبذير في الموارد المالية المتاحة قال الله تعالى: (ولا تسرفوا إنه لا يحب المسرفين) (آية 31 سورة الأعراف) وقال الله تعالى: (إن المبذرين كانوا إخوان الشياطين) (آية 27 سورة الإسراء).

25. القوة والسلامة الجسدية لأن من أهم صفات المدير أن يكون نشيطاً عاملاً مجداً مجتهداً في عمله الإداري نظيفاً طاهراً مهتماً بهندامه ومظهره ليجلب محبة الناس وعطفهم واحترامهم: قال الله تعالى: حاكياً القصة عن المرأة التي أرادت الزواج بنبي الله موسى عليه السلام (قالت يا أبت استأجره إن خير من استأجرت القوي الأمين) (آية 26 سورة القصص). وقال الله تعالى: (يا بني آدم خذوا زينتكم عند كل مسجد وكلوا واشربوا ولا تسرفوا) (آية 31 سورة الأعراف).

26. عدم رفع الصوت بالصياح والصريخ على الناس فالمدير بطبيعته هادئ الطباع معتدل المزاج لا يغضب ولا يصرخ ولا يزعج الآخرين: قال الله تعالى حاكياً وصية لقمان الحكيم لابنه: (واغضض من صوتك إن أنكر الأصوات لصوت الحمير) (آية 19 سورة لقمان).

27. إفشاء السلام فالسلام على الآخرين دليل سلامة القلب من الحسد إضافة إلى أن إفشاء السلام من الرجل ذو المقام الرفيع كالمدير أو الوزير على من يلقى سيجلب له محبة الآخرين: قال الله تعالى حاكياً قصة نبيه إبراهيم عليه الصلاة والسلام لما دخل عليه ضيوفاً: (إذ دخلوا عليه فقالوا سلاماً قال سلامٌ) (آية 25 سورة الذاريات).

28. عدم الاعتداء على أحد: قال الله تعالى: (ولا تعتدوا إن الله لا يحب المعتدين) (آية 178 سورة البقرة).

29. عدم أخذ أموال الناس بغير حق: قال الله تعالى: (ولا تأكلوا أموالكم بينكم بالباطل وتدلوا بها إلى الحكام لتأكلوا فريقاً من أموال الناس بالإثم وأنتم تعلمون) (آية 188 سورة البقرة). وقال الله تعالى: (يا أيها الذين آمنوا لا تأكلوا أموالكم بينكم بالباطل إلا أن تكون تجارة عن تراضٍ منكم) (آية 29 سورة النساء).

30. عدم المن والامتنان والأذى: قال الله تعالى: (يا أيها الذين آمنوا لا تبطلوا صدقاتكم بالمن والأذى) (آية 264 سورة البقرة).

31. عدم التكبر: قال الله تعالى عن نفسه: (إنه لا يحب المستكبرين) (آية 23 سورة النحل) وقال الله تعالى: فلبئس مثوى المتكبرين) (آية 29سورة النحل).

32. عدم التقليد الأعمى في الأمور الخاطئة بل الإبداع والابتكار والتجديد ونبذ التخلف الفكري: قال الله تعالى: (أفلم يدّبروا القول أم جاءهم مالم يأت أبائهم الأولين؟) (آية 68 سورة المؤمنون).

33. عدم الظن السيئ بالآخرين فالمدير يترفع عن الصغائر ولا يبحث عن سفاسف الأمور: قال الله تعالى: يا أيها الذين آمنوا اجتنبوا كثيراً من الظن إن بعض الظن إثم) (آية 12 سورة الحجرات).

34. عدم خيانة الأمانات: قال الله تعالى: (يا أيها الذين آمنوا لا تخونوا الله والرسول وتخونوا أماناتكم وأنتم تعلمون) (آية 27 سورة الأنفال).

35. عدم الاستبداد بالرأي وترك التسلط على الآخرين: قال الله تعالى موبخاً عدوه فرعون وحاكياً قصته للاتعاظ والاعتبار منها: (قال فرعون ما أريكم

إلا ما أرى وما أهديكم إلا سبيل الرشاد) وكلنا يعرف ما آل إليه مصير فرعون؟ (آية 29 سورة غافر).

36. عدم القول بدون عمل أو تطبيق بل التنظير مع التطبيق: قال الله تعالى: (يا أيها الذين آمنوا لم تقولون ما لا تفعلون * كبر مقتاً عند الله أن تقولوا ما لا تفعلون) (آية 2+3 سورة الصف).

❖ ثم أوردت هنا بعضاً من الأحاديث الصحيحة الثابتة عن رسول الله صلى الله عليه وسلم والتي تخص وتخدم موضوع مجال وجود الإدارة في الشريعة الإسلامية لتكون موضحة ومبينة وثابتة لكل مدير وقائد ومسئول ووزير وأمير فيتخذها طريقة دائمة في عمله وهذه هي الأحاديث الشريفة هي تعبير عن صفات الرجل القائد وعن أخلاق المدراء وسماتهم وهي:

1. إعطاء كل ذي عمل حقه من الوقت وعدم إهلاك الجسد والعقل ومراعاة الظروف والأحوال: روى البخاري ومسلم عن عبد الله بن عمرو بن العاص رضي الله عنهما قال: قال لي رسول الله صلى الله عليه وسلم: (ألم أخبرك أنك تصوم النهار وتقوم الليل؟ قلت بلى يا رسول الله فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم: فلا تفعل وإنما صم وأفطر، ونم وقم، فإن لجسدك عليك حقاً وإن لعينك عليك حقاً وإن لزوجتك عليك حقاً وإن لزوارك عليك حقاً). (صحيح البخاري رقم الحديث 5/ 123 باب حق الضيف في الصوم وباب حق الجسم في الصوم وباب حق الأهل في الصوم، وصحيح مسلم رقم الحديث 1159 باب النهي عن صوم الدهر).

2. التيسير والتفاؤل وتسهيل الأمور: روى البخاري ومسلم عن أنس بن مالك رضي الله عنه أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال: يسروا ولا تعسروا وبشروا ولا تنفروا) (صحيح البخاري في العلم رقم الحديث 1/ 171

باب ما كان النبي صلى الله عليه وسلم يتخولهم بالموعظة، وصحيح مسلم رقم الحديث 1734 باب في الأمر بالتيسير وترك التنفير).

3. أداء الأمانة وتوصيل الرسائل إلى أهلها ومستحقيها: روى الترمذي حديث حسن وصحيح عن أبي هريرة رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم (أدّ الأمانة إلى من ائتمنك ولا تخن من خانك) (سنن الترمذي رقم الحديث 1264 في البيوع).
4. الصدق في النصيحة وإعطاء الكلام الصحيح عند طلب المشورة وإبداء الرأي: أخرج أبو داود بسند حسن حديث عن أبي هريرة رضي الله عنه أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال: (من أشار على أخيه بأمر يعلم أن الرشد في غيره فقد خانه) (رقم الحديث 3657) وروى الترمذي بسند حسن عن أبي هريرة رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم (المستشار مؤتمن) رقم الحديث (2833 + 2824).
5. الحث على توزيع الهدايا لكسب ولاء ومحبة الآخرين: روى البخاري بسند صحيح قالت عائشة رضي الله عنها كان رسول الله صلى الله عليه وسلم يقبل الهدية ويثيب عليها – أي يكافئ ويشكر صاحبها على هديته – (رقم الحديث 5/ 154) (باب المكافأة على الهبة).
6. من الأخلاق الحميدة الرحمة فقد روى البخاري في صحيحه أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال: من لا يرحم الناس لا يرحمه الله (رقم الحديث 13/ 303).
7. وكذلك مما يحتاج له المدير هو الرفق في التعامل واللين مع الآخرين فقد روى مسلم في صحيحه أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال: (إن الله رفيق يحب الرفق ويعطي على الرفق ما لا يعطي على العنف) (رقم الحديث 2539).

8. وكذلك مما يحتاج له المدير من الأخلاق الإدارية الحميدة البذل والعطاء والسخاء والكرم فقد روى البخاري ومسلم (أن رسول الله صلى الله عليه وسلم ما سأله – أي ما طلب منه – أحدٌ شيئاً فقال لا).

الصفات المطلوب توفرها في المدراء:

كما يجب أن يتحلى المدراء والموظفون الإداريون بالصفات التالية:

1. أن يكون على مستوى علمي وثقافي يتناسب مع طبيعة العمل الموكل إليه.
2. أن يكون حسن المظهر ويحافظ على أناقته ويجيد اختيار نوعية الملابس بحيث تكون متناسقة الألوان والشكل، ولا يعني ذلك بالضرورة أن تكون هذه الملابس من النوع الغالي الثمين وإنما يفضل أن تكون بسيطة في تكاليفها جيدة في مظهرها.
3. أن يكون ذا صوت واضح ومسموع فالصوت المنخفض قد يربك سامعيه وربما ترتب عليه حدوث سوء فهم في بعض الأحيان، وكذلك بالنسبة للصوت العالي إذ يؤدي إلى الإزعاج ويترتب عليه نتائج سيئة.
4. أن يكون متمتعاً بقسط من الكياسة واللباقة بأن يتفهم مطالب رئيسه وأن يكون لبق في التعامل معه ابتداء من استئذانه قبل الدخول عليه وحتى استئذانه بالانصراف حين انتهاء دوامه.
5. أن يكون مدير المكتب لطيفاً في كلامه مؤدباً في أخلاقه راقياً في تعاملاته ومهذباً في سلوكه وتصرفاته.
6. أن يكون السكرتير لبقاً مجاملاً حسن الأخلاق طاهر النية صافي القلب صادق التعاملات مع العملاء والزبائن والآخرين.
7. أن يكون المدير وسكرتير المدير صادقين في كلامهم وتعاملاتهم لطيفين ومهذبين غير غليظين ولا شديدين ولا متعصبين أو عصبيين.

8. أن يكون مدير المكتب أو السكرتير نظيفاً في مظهره لائقاً في ملبسه جيداً في مظهره زكياً في رائحته جميلاً في مظهره وشكله.
9. أن يكون على مستوى عالي من الثقافة والعلم وتحصيل المعلومات.
10. أن يكون على مستوى جيد من الذكاء والقدرة على فهم الأمور وتحليلها وتفسيرها تفسيراً جيداً وإدراك الأمور ومعرفة طرق الحل للمشكلات الإدارية والمالية التي تحيط بالشركة أو بالمنشأة أو بالأشخاص كذلك.
11. أن يكون مدير المكتب رشيقاً في تحركاته نشيطاً في إنجازاته مبدعاً في أسلوبه وأفكاره وأطروحاته.
12. أن يكون السكرتير أو السكرتيرة حريصاً على المعلومات الخاصة بالشركة أو المنظمة أو الهيئة الإدارية التي يعمل بها.
13. أن يكون صبوراً حليماً ذو قلب واسع وحلم ملحوظ وظاهر.
14. أن يكون متفهماً للأمور والمشكلات ومبادراً لتوجيه التحذيرات للمدراء من وجود منطقة خطر ما في وحدة ما أو قسم إداري معين.

المبادئ الخاصة بأعمال المدراء :

كما أن هناك العديد من الأسس والمبادئ الخاصة بأعمال وواجبات المدراء في الإدارات الحديثة وهي كما يلي:

1. الشخصية القيادية: فيجب على مدراء المكاتب وموظفي مكاتب السكرتارية الحديثة والتنفيذية أن يتحلوا بالصفات القيادية مثل: القوة المادية والقوة العلمية والفكرية والذكاء والإبداع والتحمل والقدرة على التخطيط والصبر والكرم والشجاعة والإقدام والعلم الإخلاص والصدق والتواضع والتأني والحزم والتعامل بالحكمة الإدارية وبالعقل والتخلي عن التعامل بالعواطف والمشاعر والأحاسيس.

2. يجب على المدراء أن يكونوا قادرين على القيام ببناء وتكوين فريق عمل كامل متكامل متعدد ومتكون من العديد من الخبرات والموارد البشرية الجيدة والكفوءة.
3. تكوين فريق عمل مناسب، وبناء فريق عملي جيد، مكون من العديد من الكوادر البشرية المناسبة.
4. الإبداع: فإن من أهم خصائص وواجبات السكرتير التنفيذي الذي يعمل في مكاتب السكرتارية الحديثة والمعاصرة هو القدرة على الإبداع والخروج من المآزق وتحليل الأمور بشكل صحيح والإبداع في القضايا الإدارية والتوصل إلى الحلول المناسبة بقدرة فائقة وعالية مع القدرة على الخروج بنتائج جديدة تختلف عن الأنماط والأساليب والوسائل والأهداف والغايات والحلول السابقة والنتائج الماضية.
5. إتقان استخدام تطبيقات علم البرمجة اللغوية العصبية وعلم النفس والتمكن العلمي الجيد من علم الإبداع وعلم الإقناع ومعرفة كيفية الإقناع وكيفية الحوار والنقد البناء الإيجابي وكيف يمكن التأثير في العقول وطرق ووسائل وأساليب غسيل الدماغ البشري والطرق الحديثة في الإقناع وتعلم وسائل وتطبيقات وأنماط وقواعد علم الإيحاء وعلم البرمجة اللغوية العصبية مع دخول دورات خاصة في مجال علم البرمجة اللغوية العصبية وتعلم كيفية الإبداع بواسطة علم البرمجة اللغوية العصبية وكيف يمكن الإقناع والتعامل مع العقول البشرية وكيفية التفكير بطرق علمية عميقة وكيف يمكن التسويق القوي والمؤثر والمباشر كل ذلك من خلال تعلم وتطبيق طرق وقواعد علم البرمجة اللغوية العصبية.

6. القدرة على التغيير والقدرة على التعديل والمراجعة الدقيقة للأنظمة والقرارات والقدرة على تغيير المستوى الحالي والرقي بالمستوى العلمي والخدمي والتجاري للشركات أو المنظمات الإدارية.
7. يعد التغيير إلى الأفضل وكيفية التطوير والبحث عن الطرق الحديثة في التجديد والتحديث وزيادة الدخول والعوائد والأرباح وانتشار السمعة الطيبة للشركة والمنظمة من أهم أعمال وواجبات ومهام مكاتب السكرتارية الحديثة والتنفيذية الفعالة والمتقدمة.
8. الإلتزام بالمبادئ وبالقيم وبالقواعد الأخلاقية مع الإلتزام بأنظمة ولوائح وقوانين الشركة والإدارات العليا، فإن من أهم واجبات ووظائف وأعمال السكرتير التنفيذي في مكاتب السكرتارية الحديثة والتنفيذية الفعالة والمتقدمة هو الإلتزام بالأخلاق الإدارية العليا والسمع والطاعة لكل أوامر رئيس مجلس الإدارة و المدير العام والمدير المالي والمدير التنفيذي ورؤساء الأقسام عدم إفشاء الأسرار والالتزام بالقواعد الإدارية واللوائح وحث الموظفين على إتباع الأنظمة واللوائح والقوانين الإدارية.
9. استخدام مبدأ التقسيم الإداري للوحدات والفروع والأقسام ووضع اللوائح الخاصة بالترتيب الإداري والتنظيم العملي وتوضيح وتفصيل مبادئ التخصصات الوظيفية وطرق عملها.
10. الاهتمام بالجانب العلمي والحث على الرقي في سلم العلم ومتابعة المعلومات والحصول على المعلومات والتقارير كاملة والاعتماد على الخبراء والمختصين من العلماء والمفكرين في وضع خطط عمل للشركات وتوضيح برامج وأهداف المنشآت.

11. الاهتمامَ بالجانب البشري والسعي إلى إيجاد موارد بشرية جيدة وكفؤة ذو خبرات عالية وقوية في المجال الإداري والعملي والحسابي والتحليلي والإبداعي.
12. تخصيص إدارة خاصة بالموارد البشرية وتعيين مدير خاص بقسم الموارد البشرية والاهتمام بالموارد البشرية وذلك لصقل مهارات وخبرات الموظفين.
13. تحديد قسم التدريب والتطوير وتوفير مكان وقسم خاص بالتدريب والتطوير للموارد البشرية والسعي إلى الرقي بمستوى الموظفين.
14. وضع خطط علمية وتدريبية خاصة بالتدريب والتطوير وإقامة دورات خاصة وعقد ندوات ومؤتمرات علمية خاصة بمجال التدريب والتطوير الإداري والمالي والوظيفي والعملي.
15. التفويض الإداري الرسمي وإصدار قرارات رسمية تهدف إلى تفويض موظفين وأفراد إلى القيام بالأعمال الموكلة إليهم وتحديد نظام للرقابة والمتابعة الإدارية وتعديل السلوك الإداري وتغيير القرارات الوظيفية.
16. إن أكثر ما يجب التركيز عليه في مهارات السكرتارية الحديثة أثناء عمل الموظفين في مكاتب السكرتارية التنفيذية الفعالة والمتقدمة هو الاهتمام بمجال القوة الإدارية والحزم الإداري في مجال الأعمال الإدارية.
17. إن أكثر ما يهتم به مدراء المكاتب والمدراء للأقسام ومدراء الفروع والسكرتاريون التنفيذيون هو مجال الأفكار وترتيب الأفكار والاهتمام بالمعلومات الحديثة والجديدة والحرص على تلقي ومتابعة آخر المستجدات الإدارية والأنظمة واللوائح والقوانين والمنح والقواعد الإدارية والتجارية الداخلية والخارجية مع التركيز على إثارة الفكر وإعمال العقل ولزوم الحكمة الإدارية واتخاذ القرارات الإدارية المناسبة.

18. إن إدارة المعرفة هي من أهم مجالات وتخصصات العلوم الإدارية والتي يعتمد عليها المدراء والموظفين كما أن المدراء والسكرتاريون التنفيذيون لا يستطيعون أداء عملهم إلا بواسطة الاعتماد على المعرفة وكيفية تنظيم وإدارة المعرفة وهذا من أسس ومتطلبات ووسائل السكرتارية الحديثة والتنفيذية المعاصرة.
19. إن الإدارة بالأفكار تعد من أبرز الطرق التي يستخدمها الموظفون في مكاتب الإدارات الحديثة وذلك لممارسة أعمالهم في ظل أسس ومبادئ الإدارة الحديثة.

المهارات الإدارية المطلوبة للموظفين والمدراء:

كما أن هناك مهارات إدارية فعالة يجب توفرها في موظفي ومدراء مكاتب الإدارات الحديثة ومن هذه المهارات ما يلي:

1. الاهتمام بالإدارة العليا، والإدارة العامة، والإدارة المالية، والإدارة التنفيذية والإشرافية، وإدارة الموارد البشرية، وإدارة التدريب والتطوير، وذلك وفقاً لما هو مرتب ومخطط ومنظم له بكل تناسق وتنظيم علاقات فيما بين الأقسام والإدارات المختلفة.
2. فهم واستيعاب المعاني المقصودة من تطبيق عمليات الإدارة وآليات التنظيم الإداري والعملي مع الإخلاص للإدارات والولاء الوظيفي للأقسام والوحدات الإدارية المختلفة.
3. أن يتمكن موظفو السكرتارية التنفيذية من علم الإدارة وأن يطبقوا قوانين وأنظمة علم الإدارة وأن يكون مدراء المكاتب في مكاتب السكرتارية التنفيذية ماهرون ومبدعون في تخصص ومجال علم الإدارة.

4. أن يفرق المدراء بين فروع وتخصصات علم الإدارة فيجب التركيز على إدارة الأعمال في الإدارة العالمية وعلى الإدارة العامة وعلى إدارة الموارد البشرية وإدارة التسويق وإدارة الأزمات.
5. أن يحدد المدراء العمليات الإدارية والقوانين الإدارية والأنظمة العامة واللوائح الخاصة بالأعمال الإدارية وتقسيم وتوضيح العمليات الإدارية.
6. تحديد ومعرفة وتوضيح الوظائف الإدارية والأقسام الإدارية والفروع والوحدات الإدارية ووضع أنظمة ولوائح لذلك.
7. يجب معرفة وتحديد ما هي خصوصيات وأعمال الإدارات كل على حدة فيتم تحديد لوائح وأعمال وأنظمة خاصة بكل إدارة وقسم وفرع وتخصص ووحدة ومكتب وموظف.
8. الإتقان والإبداع والتمكن من العلوم الإدارية والعلوم الحديثة والعلوم المعاصرة كعلم النفس وعلم البرمجة اللغوية العصبية وعلم الإقناع وعلم الإيحاء وعلم التسويق الدولي والعالمي المعاصر وعلم التجديد الفكري والتطوير الإداري والتنمية الذاتية والتنمية البشرية.
9. معرفة الأسرار العملية للخطط وكيفية وضع الخطط وتحديد الأهداف وترتيب الأولويات.
10. القدرة على صياغة ووضع خطة علمية وعملية ومالية وتدريبية وتجارية ووظيفية وإدارية والتمكن من تخطي الصعوبات والقدرة على مواجهة العقبات الإدارية والمالية.
11. تحديد الأعمال وتوزيع الوظائف وتقسم المهام الإدارية ووضع أنظمة خاصة للرقابة والمتابعة والإشراف والتنفيذ والمتابعة.
12. القدرة على إستلام إدارات عليا وإدارات مشاريع وإدارات أقسام وإدارات هيئات ووحدات إدارية مختلفة.

13. قيام المدراء وموظفي مكاتب السكرتارية التنفيذية بوضع البرامج والخطط وتحديد ومعرفة الموارد المالية وتحديد المواعيد العملية لبدء تنفيذ المشاريع وتاريخ الإنتهاء منها.
14. القدرة على التكيف مع الظروف البيئية المحيطة والمرونة في تعديل بعض الخطط والأهداف.
15. ترتيب الأولويات وتحديد الأهداف والبدء في العمل وتنفيذ الأعمال وتطبيق القوانين الإدارية.
16. القدرة على التخطيط الإستراتيجي ووضع وصياغة خطة مكونة من عدة اتجاهات ومراحل وخطوات تبين مدى دقة العمل الوظيفي والإداري الذي نحن فيه.
17. القدرة على تحليل الأمور وحل المشكلات وتخطي العقبات ورفع التقارير والحصول على المعلومات والتنبؤ بالمستقبل وما يمكن أن يحدث.
18. التخطيط الإداري والقيام بعملية التخطيط الإستراتيجي وصياغة الأهداف ووضع الخطط المستقبلية.
19. التنظيم الإداري وتنظيم الأعمال وترتيب المهام والواجبات وتنظيم الوحدات والأقسام والفروع الإدارية وتعيين الموظفين وتثبيت الموارد البشرية والاهتمام بهم.
20. تخصيص مجال للاهتمام بعمليات المراجعة والمتابعة والتغيير والتعديل الإداري والوظيفي.
21. تحديد الأولويات وتقسيم الأعمال وتوزيع الأدوار.
22. تنظيم المكاتب الإدارية والأعمال الوظيفية.
23. وضع أنظمة خاصة بالتوجيه وإصدار الأوامر ومعرفة اللجان التنفيذية واللجان الإشرافية.

24. تحديد طرق ولوائح خاصة بأساليب ووسائل وأهداف الاتصال الفعال والتواصل البناء وكيف يمكن حفز الهمم في نفوس الموظفين.
25. القيام بالعمل بشكل مباشر وتنفيذ الأعمال بشكل واضح ومتابعة تنفيذ الأعمال.
26. تحديد ووضع لوائح خاصة بالرقابة الإدارية الجيدة والناجحة والكفوءة في ظل معالم الإدارات الحديثة والمعاصرة.
27. القيام بعمليات التغير والتعديل والتبديل من الخطط والأهداف والقرارات الإدارية والوظيفية على حد سواء.
28. معرفة أسباب المشكلات ومعالجة المشكلات وحل الصعوبات وتخطي العقبات وإيجاد نظام وقائي للتخلص من المشكلات وللتنبوء بالمصاعب والمتاعب الممكنة الحدوث.
29. تخصيص وتحديد أقسام ومدراء وموظفي الإدارات المختلفة من الإدارة العليا، والإدارة العامة، والإدارة المالية، وإدارة الموارد البشرية، وإدارة التسويق، وإدارة التدريب والتطوير، وإدارة الإنتاج، وإدارة الخدمات، وإدارة المشتريات، وإدارة المخازن، وإدارة العلاقات الخارجية والعامة، والإدارة الإشرافية والتنفيذية.
30. القدرة على صنع إجتماع إداري ناجح للموظفين والمدراء في الأقسام المختلفة.
31. تحديد جهة خاصة في السكرتارية التنفيذية لمتابعة الاجتماعات وتكون مسئولة عن إدارة الاجتماعات.
32. تطوير الموارد البشرية وتحسين مستواهم العملي والعلمي والثقافي وتثقيفهم في أمور وقضايا ووسائل الإبداع والإقناع ومهارات العرض والإلقاء وكيفية الاستماع المثالي والجيد وكيفية النقد البناء وأسس الحوار الهادف.

33. معرفة خصائص وأسرار ومهارات اتخاذ القرارات ومعرفة وتحديد الجهات المسئولة عن اتخاذ القرارات.

34. الإتقان العملي في استخدام الحاسوب والأجهزة الإلكترونية الحديثة.

35. التمكن من علم النفس والغوص في أعماق وخصائص علم البرمجة اللغوية العصبية والتفكير الإبداعي وكيفية التأثير في العقول البشرية ومهارات الإقناع وأسرار الدماغ البشري.

36. وضع وتكوين وبناء فريق عمل متكامل ومتعدد ومتنوع ينقسم إلى عدة وظائف وأقسام ففريق عمل لحل المشكلات وفريق عمل لجمع المعلومات وفريق عمل للتطوير الإداري والعملي وفريق للعلاقات الخارجية وفريق للتسويق المحلي وفريق للمراسلات التجارية وفريق للدراسات والاستشارات وفريق آخر للتطوير والتدريب.

37. الاهتمام بإدارة المعرفة والحصول على المعلومات وكيفية تنظيم المعلومات وترتيب وتنسيق المعلومات وكيفية الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات وكيفية الاستفادة من المعلومات .

38. الاهتمام بالجانب البشري وتطوير الموظفين والرقي بمستوى الأفراد العاملين.

39. النقد الإيجابي البناء والهادف والقدرة على التفكير الإبداعي والوصول إلى معلومات وحلول جديدة مبتكرة.

40. التواصل المستمر والبناء والفعال مع الموظفين والإداريين والعملاء والزبائن.

41. الترتيب في الأفكار والتعامل بالعقل والحكمة والبعد عن العواطف والأهواء.

42. تشجيع الموظفين وإتباع نظام المكافآت والحوافز.

43. استخدام لجان للتفكير وتطبيق مبدأ الشورى في اتخاذ القرارات.

44. تحديد المشكلات ومعرفة الأسباب وحل العوائق وعلاج الأزمات ووضع حلول مناسبة واختيار أفضل هذه الحلول وتطبيقها بشكل مباشر.
45. الاستماع إلى آراء الموظفين والاهتمام برغبات الزبائن والعملاء وتوفير رغباتهم والعمل على إشباع احتياجاتهم وتحقيق متطلباتهم كما يجب الاستماع باهتمام لمقترحات الموظفين والزائرين والاهتمام بها.
46. الاستفادة من ذوي الخبرات والمؤهلات والتجارب العلمية.
47. الإطلاع على التجارب الناجحة والأعمال الإدارية الراقية وتعلم الأساليب العلمية للنهوض بالمستوى العلمي والإداري والمادي للشركات والمكاتب الإدارية.
48. استخدام تقنيات وقواعد وبرامج علم البرمجة اللغوية العصبية ومهارات التفكير الإبداعي في المجال الإداري.
49. التغيير والسعي إلى الرقي والتطوير والبعد عن التمسك بالآراء الشخصية والعادات والتقاليد في المجتمعات وتطوير الأعمال والدخول في منظومة القرن الجديد ومعرفة وفهم وإدراك والتكيف مع ظروف وقوانين الزمن المعاصر والحديث.
50. وأخيراً قبول النقد الإيجابي وتقبل الآراء المخالفة والإستماع إلى توجيهات العلماء الإداريين في العصر الحديث.

شروط خاصة بالموظفين والمدراء:

وكما أن الوقت مهم لدى المدراء وله قيمة كبيرة جداً وخصوصاً لدى موظفي الإدارات ومن هذا المنطلق فإن هناك شروط وصفات يجب أن يتحلى بها المدراء وهي كما يلي:

1. التخطيط الصحيح والتنظيم العملي للأعمال وتنسيق الأعمال وترتيب الواجبات وتحديد الأهداف ومعرفة الأولويات.
2. الحفظ الصحيح للملفات.
3. ترتيب الأوراق ترتيباً صحيحاً.
4. التنظيم الإداري.
5. عدم التسويف وترك التأجيل.
6. قول لا لكثير من الأمور الضارة والتي تساعد على ضياع الوقت.
7. البعد عن كثرة مشاهدة التلفاز والمسلسلات.
8. القراءة الواضحة والفهم السريع والذكاء والكتابة الواضحة وسرعة البديهة وقوة الحفظ.
9. النشاط العملي.
10. التبكير في الحضور.
11. عدم السهر.
12. ترك الإهمال.
13. مباشرة العمل.
14. القدرة على استخدام البرامج والأجهزة التكنولوجية الحديثة.
15. الراحة النفسية.
16. البعد عن المشوشات والمكدرات والمنغصات.
17. بث روح المنافسة بين الإداريين والموظفين.
18. استعمال نظام المكافآت والحوافز.
19. الإدارة العليا المتفهمة للمشاكل وحل الأزمات.
20. الصبر وتحمل الضغط العملي والإخلاص في العمل.

كيف يمكن عولمة إدارة الأعمال لتصبح إدارة أعمال دولية وعالمية:

هناك عدة أسباب تدفع الشركات الدولية إلى التوجه نحو العالمية، وإلى التوجه نحو الخارج في التجارة متبعة مبدأ التجارة العالمية والتجارة الدولية محاولة بذلك عولمة إستراتيجياتها لتصبح إدارة عالمية ودولية ومن هذه الأسباب ما يلي:

1. العمل على إشهار وتطوير أنظمة المؤسسة.
2. التحديث والتجديد لقوانين وإستراتيجيات المنشأة.
3. التغلب على المنافسين الدوليين والمحليين.
4. زيادة الأرباح.
5. زيادة المبيعات.
6. دخول أسواق جديدة.
7. إشباع الأسواق المحلية.
8. الدخول في الأسواق العالمية.
9. صنع أسواق جديدة.
10. الدخول في الأسواق الأوربية والأمريكية.
11. الدخول في الأسواق الأجنبية والأسواق الحرة والتجارة العالمية.
12. الحصول على ربح أكبر من العائدات و الحصول على مميزات ومنح تجارية كالإعفاء من الضرائب والجمارك وحرية ممارسة التجارة الدولية.
13. الحصول على التكنولوجيا وزيادة المعرفة الإدارية وزيادة الخبرات.
14. التنويع الجغرافي وتنويع الأسواق.
15. إشباع الرغبات في الإدارات العليا.
16. الطموح إلى الدخول في بيئة التسويق العالمي.
17. الاستثمار المباشر.

18. المشاريع المشتركة.
19. سهولة الحصول على التراخيص.
20. مميزات التصدير والاستيراد حين الدخول في التجارة الدولية.
21. إنشاء فروع عالمية للشركات.
22. الدخول في الأسواق الأجنبية والمشاركة في الأسواق العالمية والتواجد والحضور في الأسواق الدولية والأسواق الجغرافية والإقليمية والأسواق الكونية والدولية والعالمية.
23. الحرص على إثبات التواجد ومواصلة الحضور في الأسواق الأجنبية الخارجية والدولية والمشاركة في هذه الأسواق بقوة وفعالية.
24. التغلب على المصاعب والقوانين والمشكلات الإدارية في الأسواق الأجنبية والخارجية.
25. الدخول والمشاركة والمساهمة في عمليات الاستثمارات الأجنبية الخارجية الدولية والعالمية المباشرة وغير المباشرة.
26. الاعتماد على سياسات واستراتيجيات والدخول في منظمات التجارة الدولية والعالمية.
27. المساهمة في المشاريع الدولية الكبرى الإدارية والتسويقية والاقتصادية.
28. التنويع والتغيير والتعدد في التواجد والحضور في الأسواق والأماكن.
29. الرغبة في المشاركة والمنافسة الدولية.

الباب الثاني

مدخل علمي متكامل لإدارة الأعمال في الشركات الدولية والمنظمات العالمية

الباب الثاني

مدخل علمي متكامل لإدارة الأعمال في الشركات الدولية والمنظمات العالمية

الفصل الأول

مدخل تاريخي وتفصيلي لإدارة الأعمال في الشركات الدولية والمنظمات العالمية

إننا نعيش في زمننا المعاصر في ظل وجود العديد من البيئات المحيطة بنا والتي تعتمد على استراتيجيات الاستيراد من عدة دول وبدون استيراد السلع واستعارة الخدمات والاستعانة بالشركات الخارجية فإننا سنكون محاصرين وسنعيش في بيئة صعبة وفي ظل ظروف كئيبة فتتعدد لدينا وسائل الاستيراد من عدة جهات، مثل: استيراد الصناعات الإلكترونية من اليابان وكوريا والأحذية من إيطاليا والكثير من السلع المرغوب فيها والأغذية وغيرها من مختلف دول العالم وحتى أننا في كثير من الأحيان لا نستفيد في الدول العربية ودول العالم الثالث من أساسيات هذه السلع مكتفين باستيرادها وغير متنبهين لمكوناتها فنقوم باستيراد السلع من فرنسا وأمريكا وبريطانيا واليابان مساهمين بذلك في سياسة التسويق الدولي والدخول في التجارة العالمية.

كما أن كثيراً من الدول العربية تقوم بعد الاستيراد بعملية التعديل على ما تستورده من الدول الخارجية وتصدير هذه السلع مرة أخرى إلى الدول الأوروبية معتمدين بذلك على شكل المنتجات الجديدة والنوعية المختلفة مساهمين بذلك في التجارة الدولية والعالمية.

كما أن كثيراً من الدول تسعى إلى الوصول إلى المستوى المطلوب من التكنولوجيا والصناعة في الدول الخارجية فتنافس بعض الدول مثل ماليزيا وكوريا والصين واليابان الدول المتطورة مثل أمريكا وبريطانيا وإيطاليا في التنافس في الوصول إلى المستوى المطلوب من التكنولوجيا المتطورة والراقية.

ومنذ البدايات التاريخية لإدارة الإدارة العالمية والعالمية فإن كثيراً من الدول المتطورة في عصرنا الحاضر مثل أمريكا وبريطانيا وفرنسا كانت قد بدأت ومنذ أكثر من مائتي عام في مشاركتها ومساهمتها في الدخول في بيئة العولمة الصناعية والتجارية مما شكل لدينا في وقتنا الحاضر بيئات دولية تمارس فيها جميع أشكال التجارة الدولية والعالمية.

فأصبحت الأعمال الدولية والتجارة الدولية منتشرة على مساحة واسعة ولديها الكثير من الأنشطة والفعاليات المختلفة، مثل: الاستيراد والتصدير، الإنتاج، التوزيع الدولي للبضائع، الاستثمار الأجنبي، التسويق الدولي، الإعلان العالمي عن الخدمات والسلع، التخزين للبضائع والسلع في مختلف الدول للشركة الواحدة، توفير وسائل نقل متطورة ومتعددة لنقل وتوزيع هذه البضائع والسلع في العديد من الدول، وكذلك من الأعمال الدولية التي اشتهرت في عصرنا الحاضر هي عمليات الصيرفة والصرافة المالية الدولية.

وكبداية لهذا الطريق، فإن أول ما بدأت به الشركات هو الاعتماد على النشاط المحلي والتجارة الداخلية ثم تطورت إلى التجارة بين دولتين، ثم تطورت إلى التجارة والتعاون التجاري بين عدة دول مختلفة ومتعددة.

فظهرت هناك الشركات متعددة الجنسيات، وهي الشركات التي يكون لها نشاطات تجارية في أكثر من ثلاث دول مختلفة.

كما أن انتشار الأعمال الدولية وتوسع الشركات في كثير من دول العالم دخلت في مرحلة جديدة تسمى (مرحلة الأعمال الدولية) (International Business).

ثم تطورت الأعمال الدولية وأصبحت تسمى (الأعمال العالمية) نظراً لدخولها في مرحلة جديدة تسمى (بيئة الأعمال العالمية) (Globalization Business).

العوامل المؤثرة على الإدارة العالمية:

وبشكل عام فإن هناك العديد من البيئات الداخلية والخارجية التي تؤثر على بيئة الأعمال العالمية، ومن هذه المؤثرات ما يلي:

أ. البيئة الداخلية:

أولاً: البيئة الداخلية، وتتمثل فيما يلي:

1. القوانين الإدارية الداخلية للشركات.
2. طبيعة الأعمال الإدارية.
3. طبيعة الإدارة.
4. التكنولوجيا المستخدمة في العمل الإداري.
5. درجة التطور التكنولوجي التي تعتمد عليه الشركات.
6. الأفراد ودرجة مهاراتهم وخبراتهم الوظيفية والعملية.
7. مصادر رأس المال الممول للشركة.
8. القوانين التسويقية التي تعتمد عليها الشركة.
9. التسلسل الهرمي الوظيفي في الإدارة.
10. مصداقية الإدارة العليا في الشركة.
11. درجة التنظيم في الشركة.

12. طبيعة العمل داخل الشركة.
13. درجة التكنولوجيا وتطور الآلات المستخدمة في الشركة.
14. استراتيجيات التسويق التي تعتمد عليها الشركة.

ب. البيئة الخارجية:

ثانياً: البيئة الخارجية، وتتمثل في:

1. المتغيرات الاقتصادية المؤثرة على الشركة.
2. المتغيرات السياسية المؤثرة على الشركة.
3. المتغيرات القانونية المؤثرة على الشركة.
4. المتغيرات الاجتماعية المؤثرة على بيئة عمل الشركة.
5. المتغيرات الثقافية المؤثرة على ببيئة عمل الشركة.

إن مراحل التطور في الأعمال الدولية في إدارات الأعمال العالمية منذ بدايات التجارة وممارسة الأعمال بدأت بشكل واضح عندما قام المصريون بالتجارة عبر البحر المتوسط والبحر الأحمر معتمدين بالتجارة على الاستيراد والتصدير لمختلف السلع.

ثم تطورت الأعمال والتجارة في عهد الرومانيين وما كانت تسعى إليه الإمبراطورية الرومانية من انتشار وتوسع كبير لنفوذها التجاري والمالي والزراعي معتمدين بذلك على التجارة بواسطة البحر الأبيض المتوسط والبحر الأحمر، حيث قام التجار بالتجارة بالأغذية والمنتجات الغذائية والسلع المختلفة مقابل الحصول على أدوات وسلع أخرى، مما ساهم ذلك في انتشار التجارة وتوسع الأعمال بشكل كبير، حيث توسعت الأعمال فوصلت إلى الصين والهند.

ثم توسعت الأعمال وانتشرت التجارة بشكل أكبر وانتقلت نحو تركيا ووصلت إلى اسطنبول وتغيرت وتنوعت أشكال التجارة حيث أخذت عدة أشكال

مختلفة مثل: الاهتمام بالتجارة التي تعتمد على البيع بالآجل وتداول الأوراق المالية وتبادل السلع والمواد والأغذية فيما بين عدة دول.

كما أن الأعمال المختلفة والتجارات المختلفة انطلقت حتى وصلت إلى أوروبا بشكل عام وإلى آسيا وتركيا والشرق الأوسط والشرق الأدنى، حيث كانوا يعتمدون على التبادل التجاري وقد قامت الصين واليابان بالتعاون في تجارة الأعمال، حيث كان التجار يقومون بالتجارة بين أوروبا وآسيا والصين والهند، إذ كانوا يأخذون السلع المختلفة والمنتجات والمواد ويقومون بالتجارة بالتوابل والذهب والحبوب والبهارات والأغذية وغيرها من السلع المتعددة .

القاعدة الذهبية الأولى للأعمال الدولية:

بداية الأعمال التجارية الدولية والعالمية:

بشكل علمي فإنه في القرن الثالث عشر ظهرت البداية للأعمال الدولية والتجارة العالمية، حيث كانت هناك اتفاقيات تجارية بين كل من الصين واليابان، مما ساهم ذلك في فتح آفاق جديدة للتجارة العالمية حتى وصلت التجارة إلى جميع أنحاء أوروبا وحتى شرق آسيا معتمدين بذلك على التوسع في عمليات التبادل التجاري، ثم في القرن السادس عشر دخلت هولندا في منظمات التجارة العالمية، حيث أصبحت هولندا مركزاً مهماً للعمليات المالية والمصرفية والنقدية في أوروبا، حيث شكل التجار الأوروبيون الأغنياء غرفاً تجارية خاصة في أوروبا وكان مركزها هولندا، ثم ظهرت أسبانيا والبرتغال فاتحة مجالات التعاون بينها وبين الهند والصين، وفي القرن الثامن عشر توسعت الأعمال والتجارات الدولية حتى وصلت إلى بريطانيا فقد دخلت بريطانيا فيما بعد عام 1900م التجارة

العالمية بقوة، حيث توسعت التجارة في بريطانيا بشكل عام معتمدة على التجارة البحرية وعمليات الاستيراد والتصدير للموارد والسلع المختلفة.

ثم انتقلت التجارة الدولية والعالمية إلى مرحلة الاعتماد على النقد، حيث تم التركيز على الذهب والفضة، وقام العديد من التجار بكنز الذهب والفضة وانتشرت الأعمال والتجارات الدولية في بدايات القرن العشرين على أساس الاعتماد على الذهب والفضة.

القاعدة الذهبية الثانية للأعمال الدولية:

مراحل تطور التجارة والأعمال الدولية:

هناك عدة مراحل لتطور التجارة الدولية وتكمن هذه المراحل في عدة خطوات كما يلي:

1. في عام 1750م اشتهرت أوروبا بالصناعة وركزت معظم الدول الأوروبية على الصناعة، واهتمت بتشجيع الصناعات المختلفة وشجعت الإنتاج والتسويق، ولذلك فإن الدول الأوروبية في عصرنا الحاضر لها أسس صناعية قوية لما كانت تعتمد عليه منذ أكثر من ثلاثة قرون على الاهتمام بالصناعة وتشجيع الصناعات المختلفة والاهتمام بالمواد الأولية والموارد الأساسية وتصنيعها وإدخالها في المصانع، فضلاً عن تشجيعهم على عمليات الاستثمار والتنقيب والزراعة والصناعات المختلفة.
2. فيما بعد القرن الثامن عشر اتفقت اليابان وأمريكا على ممارسة الأعمال والتجارة العالمية فيما بينهما.
3. فيما بعد عام 1800م توجهت أمريكا إلى الإنتاج والتشجيع على الإنتاج والتركيز على استهلاك المجتمع الأمريكي من إنتاجه فقامت بإنشاء مصانع

للصناعات الأمريكية وشجعت النظام الرأسمالي وقامت بالاستثمار المتعدد والتجارات المختلفة لكثير من الصناعات.

4. فيما بعد عام 1850م طورت كلاً من أوروبا وأمريكا واليابان الصناعات والمصانع والمنشئات الصناعية لديها وعملت على إيجاد نقلة نوعية وكمية وتطور تكنولوجي وصناعي في استخدام الكهرباء والبترول ووسائل النقل والاتصالات لديها.
5. فيما بعد عام 1900م حصل هناك تطور كبير في التكنولوجيا في كل من أمريكا وبريطانيا واليابان وفرنسا، وركزوا على العمليات العسكرية وتطوروا سياساتهم العسكرية، وتسابقت كل من أمريكا واليابان وبريطانيا نحو التميز والتفوق والنجاح العسكري والقوة العسكرية لديها.
6. وفيما بعد عام 1945م كانت هناك آثار سلبية نتيجة الحروب على الموارد والمصانع في كثير من الدول وذلك في نهاية الحرب العالمية الثانية.
7. وفيما بعد عام 1970م طورت كل من أمريكا وبريطانيا واليابان منشأتها مرة أخرى فاستعادت قواها من جديد ونهضت باقتصادياتها وقوتها ونما حجم تجارتها الخارجية بشكل عالمي فقاموا بتأسيس منظمات تجارية دولية خاصة بالصناعة، كما قاموا بتأسيس منظمات دولية متخصصة بالمجالات العسكرية وصناعة الأسلحة والطائرات والسفن، كما قاموا أيضاً بالاهتمام برؤوس الأموال؛ إذ قاموا بإنشاء وبتأسيس منظمات دولية خاصة بالأعمال والتجارات المالية، كما قاموا بتأسيس العديد من البنوك العالمية.
8. ثم انتقل اهتمامهم إلى الوسائل التكنولوجية فقاموا بتأسيس منظمات ومصانع خاصة بتطوير التكنولوجيا وتطوير الآلات والأجهزة لدى مصانعهم، كما قاموا بالاهتمام بالتجارة العالمية والتجارة الدولية الخارجية.

9. ثم فيما بعد عام 1980م دخلت المنظمات والشركات في بيئة جديدة تختلف تماماً عن ما كانت عليه سابقاً، إذ شكلت لدينا الكثير من الشركات والمؤسسات العالمية بيئة تجارية معاصرة وعالمية في نفس الوقت، معتمدين على سياسة الاستيراد والتصدير الدولي والعالمي والاهتمام بالتجارة الخارجية، كما ظهر في هذه الفترة فيما بعد عام 1990م الاهتمام بالنفط وزادت حدة التنافس من قبل العديد من الشركات على الاهتمام بالذهب الأسود.
10. وأخيراً في خلال الثلاثين عام من القرن العشرين ظهرت هناك الكثير من المنظمات والاتفاقيات والعقود التجارية المختلفة التي سنوضحها في كتابنا هذا.
11. في عام 1985م ركزت أمريكا وبريطانيا واليابان على الاستثمارات الأجنبية المباشرة الخارجية.
12. فيما بعد عام 1986م تنافست كلاً من أمريكا واليابان على الاستثمارات الأجنبية والخارجية وتفوقت اليابان بالاستثمارات الخارجية على الاستثمارات الأمريكية فأصبحت اليابان من أكبر المستثمرين في الأسواق الخارجية، وذلك بسبب أن أسواق رأس المال الأمريكية كانت تعتمد على أذونات الخزانة الأمريكية والسندات والأسهم الصادرة عن الشركات المختلفة المتعددة التي تعتمد على الاستثمارات الأجنبية، في حين أن هذه الاستثمارات الأجنبية كانت في معظمها للمستثمرين اليابانيين.
13. فيما بعد عام 1990م قامت الشركات المتعددة الجنسية بشراء العديد من الشركات الأمريكية واليابانية، وقد ارتفعت معدلات الاستثمارات الأجنبية المختلفة، وخلفت العديد من الوظائف وحفزت الكثير من الشركات وساهمت في إدخال رؤوس جديدة إلى بيئة أعمال جديدة ومختلفة، كما

ساهمت في التطوير التكنولوجي والنقلة النوعية المتطورة لوسائل المواصلات والاتصالات، وأدخلت العديد من المنافسين والمستثمرين الخارجيين والأقوياء إلى العديد من الأسواق الدولية.

14. فيما بعد هذه المرحلة انتشرت الاستثمارات الأجنبية وتوسعت الأعمال الخارجية والدولية واشتهرت الشركات المتعددة الجنسيات وأصبحت الشركات المتعددة الجنسيات أساساً يعتمد عليها في الكثير من عمليات الاستثمار الأجنبي والخارجي، وحصلت نقلة كبيرة وتطور هائل في أجهزة الكمبيوتر والحواسيب الإلكترونية، كما شجعت العديد من المستثمرين والخبراء إلى الدخول في عمليات الاستثمار الأجنبي والخارجي والتحول إلى الشركات المتعددة الجنسيات وذلك بفضل ما قامت به الاستثمارات الأجنبية الخارجية والشركات المتعددة الجنسيات من سهولة التناقل والتداول لرؤوس الأموال وتقديم منتجات جديدة وتطوير أساليب الإنتاج والاهتمام بالكثير من القطاعات الصناعية والمنشئات الزراعية والمصانع، مما ساهم كل هذا في بناء قاعدة ضخمة لأمريكا وبريطانيا واليابان، وبالرغم من وجود العديد من الإيجابيات لعمليات الاستثمار الأجنبي والخارجي إلا أن هناك شركات أجنبية تقوم بالاصطياد في الماء العكر وقيامها بالاستغلال لكثير من المهارات والطاقات والخبرات والموارد المالية والبشرية، وهذا ما حصل من قبل بعض الشركات بهدف التنافس الدولي بين كل من الدول الأوروبية والأمريكية وبعض من الدول الإسلامية مثل ماليزيا وإندونيسيا عندما كانت من دول النمو السبعة والدول المصنعة والمعروفة عالمياً بعد قيام بعض الشركات الأجنبية بعمليات الاستغلال لكثير من الشركات ضمن هذه البلدان، مما جعلها تتقهقر ومتحدية لها ومعيقة أمامها في سبيل الحصول على التقدم والتطور.

15. إن أكثر ما يجب الاهتمام به في بيئة الأعمال الدولية هو الشركات المتعددة الجنسيات، ولعلنا هنا سوف نذكر خلاصة شاملة عن التعريف بالشركات المتعددة الجنسية، فيقصد بالشركات المتعددة الجنسيات أنها هي تلك الشركات التي تزاول نشاطاتها وتقوم بمختلف أعمالها التجارية في عدة دول مختلفة وتمتلك عدة فروع لها في عدة بلدان متعددة، وفي الإحصائيات الأخيرة والحديثة في عامنا الحالي 2011م تم معرفة أن هناك ثمانية آلاف شركة هي عبارة عن شركات متعددة الجنسيات في مختلف أنحاء العالم، وتتواجد العديد من هذه الشركات المتعددة الجنسيات في كل من أمريكا وبريطانيا وفرنسا وألمانيا وسويسرا وهولندا وبلجيكا واليابان والسويد وإيطاليا والنرويج واسكتلندا وأسبانيا وكندا وأستراليا وتايلاند وكوريا وماليزيا والصين والهند.

وقد بدأت الشركات المتعددة الجنسيات وتأسست ونشأت في القرن التاسع عشر في كل من أوروبا وأمريكا واليابان، وأول ما اشتهرت من هذه الشركات المتعددة الجنسيات هي شركة ميتسوبيشي.

والشركات المتعددة الجنسيات هي الأساس في انتشار التجارة العالمية وفي توسع نطاق الأعمال الدولية وتهتم الشركات المتعددة الجنسيات بالتجارة والزراعة والصناعة والسلع والخدمات والاستثمار والأموال والإدارات والأعمال وغيرها، وتتقاسم الأرباح في الشركات المتعددة الجنسيات بنسبة 40٪ إلى 60٪ فتذهب 40٪ من الأرباح للفروع الخارجية من الشركات المتعددة الجنسيات و60٪ من الأرباح تعود للشركة الأم والمركز الرئيسي للشركة.

كما تهتم الشركات المتعددة الجنسيات بمواد التجميل والعطور وتصنيع العطورات العالمية ومواد التجميل النسائية والأجهزة الكهربائية والسيارات والإسمنت والمواد الكهربائية والمواد الكيميائية والأسمدة، وتهتم كذلك بالغاز

الطبيعي وبعمليات استخراج النفط والبترول وعمليات التعدين والتنقيب في جنوب إفريقيا عن الألماس والذهب، كما تهتم الشركات المتعددة الجنسيات بالتكنولوجيا والمساهمة في تطوير دول العالم الثالث ودول الشرق الأوسط والدول العربية، ولذلك نلحظ وجود العديد من الشركات العالمية والشركات الأوروبية والأمريكية والأجنبية تعمل بشكل مباشر في كثير من الدول العربية ولها تواجد في كثير من المناطق مثل: دبي، وأبوظبي، والمملكة العربية السعودية، وقطر، والبحرين، والكويت، ومصر وغيرها.

إن الشركات المتعددة الجنسيات تعمل إلى إحداث توافق وتجانس وتواؤم بين مختلف الأطراف المسؤولة الإدارية والمالكة والتنفيذية والتشغيلية والممولة وغيرها. كما تعمل على إحداث التراضي والتوافق بين مختلف العادات الاجتماعية والقوانين المتعددة في مختلف الدول، كما تعمل الشركات المتعددة الجنسيات على الاهتمام بالمجتمعات المتعددة، والعادات والتقاليد السائدة لدى هذه المجتمعات، كما أن الشركات المتعددة الجنسيات تترك آثاراً ملحوظة وقوية على الاستثمارات الداخلية والنشاطات التجارية المحلية، وفي بعض الدول، مثل: الجزائر، وليبيا، وسوريا في وقتنا الحاضر تعتبر الشركات العالمية والشركات المتعددة الجنسيات والاستثمارات الأجنبية والخارجية أمر غير مرغوب به، بينما في العديد من الدول الأخرى مثل: الإمارات العربية المتحدة، وقطر يعد الاستثمار الأجنبي وتواجد الشركات الخارجية يعد أمراً مرغوباً به.

وهناك عدة صعوبات تقف عائقة أمام الشركات المتعددة الجنسيات، ومن هذه الصعوبات والعوائق، مدى رغبة الدولة المستضيفة لهذه الشركة من عدمها، ومدى رغبة الحكومة والقوانين الحكومية والتسهيلات الممنوحة لهذه الشركات من قبل بعض الدول، في حين غياب التسهيلات لهذه الشركات المتعددة الجنسيات من قبل دول أخرى.

القاعدة الذهبية الثالثة للأعمال الدولية:

العوامل المؤثرة على الشركات متعددة الجنسيات:

وهناك عدة عوامل مؤثرة على عمل الشركات المتعددة الجنسيات، ومن هذه العوامل ما يلي:

1. التكنولوجيا التي تعتمد عليها الشركة في أعمالها.
2. درجة التطور التكنولوجي التي تعتمد عليه الشركة.
3. القوانين الحكومية المفروضة على هذه الشركة.
4. رغبة بعض الدول في استضافة الشركات المتعددة الجنسيات.
5. رفض بعض الدول للاستثمار الأجنبي والخارجي وإيجاد شركات أجنبية داخل هذه الدول.
6. التنافس بين عدة شركات متعددة الجنسيات، وبين عدة شركات عالمية في عدة دول.
7. التسهيلات الممنوحة من قبل بعض الحكومات لهذه الشركات المتعددة الجنسيات.

وكنظرة علمية محايدة فإن الشركات المتعددة الجنسيات خلقت وأوجدت ووفرت العديد من فرص العمل والعديد من الوظائف وساهمت في التطور التكنولوجي، كما ساعدت على التحرر من القيود التجارية والجمركية والرقابية.

كما ركزت الأعمال الدولية والتجارات العالمية في إدارة الإدارة العالمية على الاستثمار الأجنبي الخارجي والاستثمار الدولي، واهتمت بكيفية التنقل والحركة بين العديد من الدول وقامت كثير من الشركات المتعددة الجنسيات والتي أشرنا إليها في بداية هذا الكتاب وفي مقدمة هذا الباب الثاني؛ إذ ساهمت هذه الشركات بالتوسع الكبير للعديد من الشركات والتداول للأموال وتناقل

رؤوس الأموال بين الأفراد والشركات والهيئات وذلك بغرض المساهمة في تطوير الصناعات والتجارات المختلفة.

كما يلاحظ اهتمام المستثمرين بالأموال وانتقالها من دول إلى أخرى بهدف الحصول على أفضل ربح وأكبر عائد ممكن، وذلك بهدف أن الاستثمارات الخارجية تكون من دولة إلى أخرى إما لتوفر ربحاً أكبر على المدى البعيد في المستقبل مما كانت تحققه من أرباح سابقة، أو أن يحصل المستثمر على مميزات وخدمات وأصول وتسهيلات أثناء ممارسته للتجارة العالمية وقيامه بالاستثمار الخارجي في الدول المختلفة. وبالرغم من هذه الأهداف إلا أن هناك العديد من العوائق التي ظهرت لتكون عقبة في طريق الاستثمارات الأجنبية مثل تغير القوانين السياسية وتنوع العادات الاجتماعية من دولة إلى أخرى مما لا يساعد الشركات على الاستثمار الأجنبي والخارجي في ظروف غامضة تعيقها عن زيادة الأرباح وتحقيق عائد مالي أكبر لها.

ثم انتقلت الإدارات الدولية والعالمية إلى شكل جديد من عمليات الاستثمار الخارجي معتمدين في ذلك على الأوراق المالية بشكل مباشر فتشكل لدينا محافظ استثمارية يقوم المستثمر باستثمار أمواله بطريقة غير مباشرة من خلال هذه المحافظ الاستثمارية عن طريق الدولة وسيطرة الحكومة على هذه المحافظ الاستثمارية، حيث تكمن لديها الملكية والإدارة في المحافظ الاستثمارية، حيث أنها تهتم بالأوراق المالية وتسمى محافظ استثمارية وتعتبر بيئة مشجعة للاستثمار المالي المباشر، كما أن تكلفتها منخفضة ويمكن تداولها بسهولة، فضلاً عن إمكانية التنويع الاستثماري في المحافظ الاستثمارية.

وأخيراً من الملاحظ أن أعمال الأوراق المالية وعمليات تداول الأوراق المالية في أمريكا وأوروبا لا بد وأن تكون منظمة من قبل الحكومة وتخضع لقوانين وسيطرة الحكومة. ومن إيجابيات الاستجابة لقوانين الحكومة أن هذه القوانين

الحكومية تخفض من المخاطر المحتملة الحدوث على عمليات الاستثمار وتعطي مجالاً من الحماية أكبر، مما يمكن المستثمر الخارجي والأجنبي من تنويع وتغيير استثماراته وأساليبه بسهولة دون تحمل تكاليف أعباء مالية أو غيرها.

كما أن الضرائب والجمارك وسياسة التحويل الخارجية وسيطرة الحكومة على الأسواق المالية، كل هذه مسببات تعمل على عدم تشجيع الاستثمار الخارجي والتحول عن الاستثمار الأجنبي إلى التجارة المحلية.

الفصل الثاني

أساسيات التجارة الدولية في منظمات الأعمال الدولية

إن التجارة الدولية ومنظمات الأعمال العالمية تطورت بشكل كبير ونمت بشكل سريع خلال القرن العشرين وبالذات فيما بعد عام 1990م، حيث سارعت كل من أمريكا واليابان وبريطانيا وفرنسا وإيطاليا وبلجيكا وألمانيا والسويد إلى التنافس على الدخول في منظمات الأعمال الدولية والعالمية، وأنشأت شركات متعددة الجنسيات تابعة لكل دولة، وسارعت إلى التنافس والمنافسة الدولية والدخول في الأسواق العالمية.

أسس التجارة الدولية والعالمية:

وهناك العديد من الأساسيات للتجارة العالمية في إدارة الأعمال في الإدارة العالمية ، وتتمثل فيما يلي:

1. الاعتماد في الأساس على الذهب والفضة.
2. الاعتماد على القوة العسكرية والاهتمام بالمصانع الداعمة للدول والجيوش العسكرية والتي توفر الأسلحة المتطورة، وتهتم بصناعة السفن والصواريخ والطائرات وغيرها.
3. الاهتمام بتحقيق أكبر عائد تجاري ممكن.
4. الاعتماد على سياسة الاستهلاك المحلي والإنتاج المحلي، ثم الانتقال إلى مرحلة التصدير الخارجي والاعتماد على التجارة الخارجية.
5. الاعتماد على التنافس بين عدة شركات عالمية.

6. في البداية دخلت العديد من الشركات في منظمات الأعمال الدولية كأساس للتجارة الدولية على أساس الاعتماد على نظرية المنفعة التامة والمنفعة المقارنة. وسنقوم بتوضيح كلاً من المنفعة التامة والمنفعة المقارنة فيما يلي بعد قليل من هذه الأسطر والمعلومات.
7. اعتماد الشركات الدولية النفطية والمنظمات العالمية الخاصة بإنتاج وتنقيب النفط باستخراج المعادن والبترول على الذهب الأسود (النفط).
8. اعتماد الإدارة العالمية في تعاملاتها المالية واقتصادياتها ورؤوس أموالها على قاعدة الذهب بالرغم من ارتفاع أسعار الذهب وتفاوت أسعاره بين فترة وأخرى.
9. اهتمام بعض الدول الكبرى مثل اليابان وأمريكا وبريطانيا على تطوير مؤسساتها العسكرية والأمنية وتطوير منشآتها ومصانعها وتطوير أسلحتها الحربية الداعمة لمؤسساتها العسكرية.
10. اهتمام المنظمات الدولية والشركات العالمية بالحصول على أكبر فائدة مرجوة يمكن الحصول عليها من التجارة الدولية.
11. رغبة الإدارة العالمية في الدخول في الأسواق الدولية والعالمية.
12. رغبة كثير من الإدارة العالمية في الانتقال من مرحلة الإنتاج والتصنيع المحلي والوطني إلى الإنتاج والتصدير الخارجي والدولي والعالمي.
13. رغبة العديد من الشركات الدولية والعالمية في الانضمام إلى منظمات التجارة الدولية والعالمية.
14. اعتماد الشركات الدولية على التكنولوجيا المتطورة والحديثة واستخدام الإدارة العالمية للأدوات والأجهزة المتطورة والحديثة.

أولاً: نظرية المنفعة التامة:

هناك بعض الدول التي تمتلك منفعة تامة عندما تقوم بإنتاج بضائع أو سلع مختلفة.

وتنتج هذه المنفعة التامة من امتلاك هذه الدولة لعوامل معينة لإنتاج هذه السلع أو البضائع.

فقد تكون هذه العوامل فريدة مثل: عوامل خاصة جغرافية في بعض الدول لا توجد في دول أخرى مثل: العراق، والسعودية وما يتوفر لديها من البترول، بحيث تعتمد عليه كمورد طبيعي وحيد.

بينما تعتمد دول أخرى، مثل: البرازيل على موارد طبيعية أخرى، مثل: اعتماد البرازيل على إنتاج القهوة، يعد مورداً طبيعياً لها.

كما يمكن أن تكون هذه المنفعة التامة عبارة عن منفعة مساعدة ومساندة لدولة أخرى.

كما أن هذه العوامل الطبيعية والتي تتمثل في الموارد الطبيعية كما في المثالين السابقين من النفط والقهوة في كل من العراق والسعودية والبرازيل، إلا أن هذه العوامل والموارد تؤثر عليها عوامل أخرى، مثل: درجة التكنولوجيا والتطور التكنولوجي والمصانع المتطورة لدى كل دولة من هذه الدول.

فيمكن لأحد هذه الدول أن تمتلك منفعة تامة من هذه الموارد الطبيعية المتوفرة لديها إذا قامت بإيجاد مصانع وحيدة وخاصة بها في العالم.

وما يحصل في وقتنا الحاضر في كثير من الدول العربية هو تقاعس العديد من الحكومات عن الاهتمام بتأسيس شركات عربية محلية وعالمية.

وبنفس الوقت تهتم وترغب في وجود شركات أجنبية وخارجية تقوم بعمليات الإنتاج والتصنيع والاستثمار وممارسة التجارة المحلية والعالمية.

ومن هنا تدخل هذه الشركات في مبدأ النظرية الأخرى وهي نظرية المنفعة المقارنة كبديل عن نظرية المنفعة التامة، وهذا ما سنشرحه في الفقرة التالية، في حين أننا نتساءل ونثير ولا نهمل اهتمامنا بتشجيع العديد من الشركات على الاستثمارات العالمية في ظل الاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية لكل دولة من الدول.

ثانياً: نظرية المنفعة المقارنة:

تعتمد نظرية المنفعة المقارنة على أساس الأفضلية في عملية الإنتاج والتصنيع والتجارة العالمية بين دولتين وأكثر.

حيث تكمن نظرية المنفعة المقارنة في أساسها بالاستناد على الاعتماد على أيهما أفضل في الإنتاج في هذه الدول.

فقد تتخصص بعض الدول في إنتاج وتصنيع سلع محددة بجودة أفضل وبسعر أقل.

وهذا ما تقصده نظرية المنفعة المقارنة.

مستغلة للظروف السياسية والعوامل الجغرافية والموارد الطبيعية للدول الأخرى التي تعتمد عليها الشركات الخارجية المستثمرة في كل دولة من هذه الدول.

فإذا أردنا تحديد المنفعة المقارنة في كل دولة من الدول، علينا تحديد التكلفة والتكاليف المادية لما ننتجه في كل دولة في ضوء نفس المنتج في الدولة الأخرى.

وأياً كانت هذه التكاليف أقل فإن الاستثمار في هذه الدولة أفضل.

القاعدة الذهبية الرابعة للأعمال الدولية:

الأسس التي تعتمد عليها الإدارة العالمية:

1. واستكمالاً للأساسيات التي تعتمد عليها التجارة الدولية فإن من الأسس التي تعتمد عليها التجارة العالمية في إدارة الإدارة العالمية هي التجارة الخارجية، وعملية التحويل الخارجي للأموال والنقود بهدف الاستيراد والتصدير، فتعتمد التجارة الدولية على عمليات التحويل المالي والمصرفي بين الدول، كما تعتمد على عمليات تحويل الأموال بين الدول عبر البنوك، كما تعتمد على التجارة النقدية وعمليات الاستيراد والتصدير بغرض المساهمة في التجارة العالمية والترويج لها، والقيام بالتجارة العملية والفعلية، مثل: تحويل الأموال من دولة إلى أخرى، وعمليات الصرافة والصيرفة المالية والنقدية، وعمليات استيراد وتصدير الإلكترونيات والأجهزة الحديثة والمتطورة وغيرها، وذلك بهدف تحقيق عائد كبير وتحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح أثناء ممارسة التجارة العالمية.
2. ومن الأساسيات التي تعتمد عليها التجارة الدولية هو الاهتمام بتكلفة التجارة الخارجية ومعرفة الأسعار للموارد والسلع التي يمكن الحصول عليها والقيام بتصنيعها وإنتاجها أو إعادة إنتاجها في مصانع متخصصة ومعرفة ما هي الرسوم المالية والتعرفات الجمركية والضرائب التي تعتمد عليه الشركات في أساسيات التجارة الدولية، حيث أن التكاليف المالية والرسوم المفروضة الجمركية والضرائب وغيرها ورسوم الاستيراد والتصدير ورسوم الجمارك، كل هذه عوامل تساهم في وضع أسس للأسعار للمواد والسلع والخدمات أثناء قيام الشركات العالمية في الدخول في الأسواق الدولية.

3. معرفة الأرباح الأفضل والعوائد المالية الأكثر تحقيقاً أثناء المقارنة فيما بين ممارسة النشاطات التجارية والأعمال داخل الدولة أو القيام بالتجارة الخارجية والاستثمار الأجنبي والدخول في الأسواق العالمية، واختيار الأكثر منها في تحقيق تلك الأرباح والعوائد.
4. كما أنه من الأساسيات التي تعتمد عليها التجارة في إدارة الإدارة العالمية هو معرفة حجم الفائض وتحقيق الأرباح والعوائد المادية وتمييز وفصل التكاليف عن الأرباح، والاهتمام بفائض التجارة والربح المتحقق عن هذه التجارة الخارجية وما سوف يؤثر فائض التجارة الخارجية على حجم الدخل القومي وما تقوم به عائدات التجارة الخارجية من تنمية الاقتصاديات للدول.
5. الاهتمام بالادخار وتحقيق ادخار وفائض من التجارة أثناء ممارسة عملية الاستيراد والتصدير لهذه السلع.
6. وكذلك من الأساسيات التي تعتمد عليها التجارة الدولية في إدارة الأعمال في الإدارة العالمية هي إدراك معنى ومضمون نظرية هكشر أوهلن (Heckscher Ohlin)، حيث تشير هذه النظرية إلى أن التجارة القائمة بين دولتين لها فائدة وجدوى ومعنى اقتصادي وذلك بسبب تغير العوامل والموارد وتعدد المواهب والقدرات في الدولة الواحدة وتستفيد كل دولة من الأخرى، فعلى سبيل المثال إذا تمتعت إحدى الدول بوفرة النفط، فإن المشتقات النفطية والصناعات المختلفة ستكون منخفضة في إنتاجها وفي تكاليفها مقارنة مع الدولة الأخرى التي لا تمتلك النفط، مما يجعل لهذه الدولة مميزات لا تتوفر في الدولة الأخرى، وبالتالي نظرية هكشر أوهلن تضع قاعدة عريقة في التعامل السليم في التجارة العالمية مستندة على استفادة كل دولة من الأخرى من مواردها الطبيعية، فتتمتع بعض

الدول والأشخاص والهيئات والشركات بوفرة رؤوس أموال كثيرة مما يساعدهم على تصدير رؤوس الأموال واستثمارها في دول أخرى تتوفر لديها الموارد والعوامل الجغرافية والطبيعية والأساسية في الإنتاج والتصنيع، مثل: تواجد كثير من الشركات الأوروبية والأمريكية وغيرها في ماليزيا وإندونيسيا لتصنيع الخشب، والمواد والسلع التي تعتمد على الخشب بشكل أساسي وطبيعي، كما تتواجد كثير من الشركات الأجنبية في العديد من الدول العربية التي يتوفر لديها النفط.

7. كما أنه من الأساسيات التي تعتمد عليها التجارة الدولية في إدارة الأعمال في الإدارة العالمية والدولية هو التسلسل المرحلي والتنظيم في عمليات الإنتاج والتصنيع من تجهيز المصانع ومعرفة ما يمكن إنتاج وتصنيعه وتقديمه والحرص على التطور في عمليات الإنتاج والقيام بالتنمية والتطوير، والاهتمام بالجودة والدخول في الأسواق الخارجية، والمحافظة على المكانة لدى الأسواق والشركات العالمية، كما أنه منَ الأساسيات التي تعتمد عليها التجارة الدولية في منظمات الأعمال هو الاهتمام بالمهارات الإدارية والتوافق مع القوانين الحكومية المختلفة.

8. الاهتمام بالموقع الجغرافي، وما للموقع الاقتصادي المناسب للمصانع والشركات والأسواق من آثار إيجابية كبيرة بحكم القرب من المنابع الأساسية للمواد الأولية وقربها من الأيادي العاملة وتواجدها في الأماكن المناسبة في مختلف الأسواق العالمية.

9. الاهتمام بالتجهيزات الخاصة بالمصانع والشركات وما تحتاجه من آلات متطورة ووسائل نقل حديثة.

10. دراسة الشركات للمزايا والتسهيلات والمنح المعنوية والمكافآت المقدمة من قبل الحكومات مقابل قيامها بالتجارة الدولية وممارستها لأنشطة التجارة العالمية.
11. دراسة ومعرفة المخاطر والقيود البيئية التي تحيط بالشركات ومعرفة وإدراك القيود والقوانين الحكومية المختلفة في الدول.
12. الاهتمام بسياسة التصنيع بأقل التكاليف ووضع أفضل الأسعار المناسبة لكل مجتمع من المجتمعات في كل دولة من الدول.
13. معرفة استراتيجيات مزاولة النشاطات التجارية فيما بين الأسواق الخارجية والأسواق الأجنبية والأسواق العربية والأسواق العالمية والأسواق الجغرافية والأسواق الدولية.
14. الاهتمام بسياسة التصدير، والقيام بتصدير المنتجات إلى الجهات المستوردة مع الحصول على التسهيلات الحكومية والتخفيضات الجمركية، والحرص على تشجيع عمليات التصدير وإيصال الشحنات والسلع والمواد إلى الأسواق الجديدة والمطلوبة في الأوقات المناسبة، والقيام باستلام المواد والسلع والشحنات المصدرة والمستوردة من دولة إلى أخرى.

القاعدة الذهبية الخامسة للأعمال الدولية:

أشكال النشاطات التجارية الدولية:

وفيما يلي سوف نستعرض بشكل واضح أشكال ممارسة الأعمال الدولية أثناء قيامها بالتجارة الخارجية ومن هذه النشاطات ما يلي:

1. التصدير.

2. تصدير المنتجات إلى مستوردين متخصصين باستقبال البضائع من الأسواق الخارجية.
3. القيام بعمليات الاستيراد والتصدير دون الدخول في الأعباء الجمركية.
4. التصدير المحدد لبعض المنتجات من سوق محلية إلى سوق أجنبية.
5. القيام بشحن كمية معينة من السلع والمواد المطلوبة من سوق إلى آخر.
6. الدخول في الأسواق الخارجية والأجنبية والحرص على التواجد في الأسواق الجديدة.
7. قيام الشركة الأم والمركز الرئيسي للشركة العالمية بالتصدير للفروع.
8. مزاولة نشاطات متعددة تجارية وإدارية ومالية من قبل الشركة الأم في دولة ما عن طريق فتح فروع جديدة لها في دول أخرى.
9. الاتفاقيات المبرمة فيما بين شركتين إحداهما أجنبية والأخرى محلية وفق شروط محددة حيث تعطي الشركة الأولى حقوقاً معينة للشركة الثانية.
10. من الأشكال المعاصرة أثناء ممارسة الأعمال للتجارة الدولية والعالمية هو نظام الإجازة وعقد إداري يسمى إجازة شركة لشركة أخرى خارجية بالقيام بنشاطاتها التجارية.

حيث أن عقد (الإجازة) هو عقد يمنح لشركة أجنبية أو خارجية من قبل شركة محلية، ويتم وضع عقد بينهما على أن تقوم هذه الشركة الأجنبية أو الخارجية بممارسة أعمالها كبديل عن هذه الشركة المحلية لفترة محددة من السنوات.

كما تعتبر (الإجازة) هي من أفضل الأساليب والعقود والاتفاقيات التجارية لمزاولة الأعمال، حيث تساعد (الإجازة) على الدخول في الأسواق الأجنبية وعلى الاستثمار الأجنبي والخارجي.

تعريف (عقد الإجازة):

الإجازة هو عقد واتفاق تجاري بين شركتين، إحداهما أجنبية والأخرى محلية، فتدخل الشركة الأجنبية في اتفاق يسمى الإجازة مع شركة أخرى محلية، بالمقابل تقوم الشركة المحلية بمنح وإعطاء بعضاً من حقوقها إلى الشركة الأجنبية مقابل اتفاق مادي وعائد ربحي محدد يعود للشركة المحلية والتي تعتبر هي الشركة الأم، حيث تمنح الشركة المحلية وهي الشركة الأم للشركة الأجنبية وهي الشركة الخارجية والتي هي عبارة عن فرع للشركة الأم فتقوم بمنحها بعضاً من الحقوق المعنوية مثل حق استخدام العلامة التجارية أو إعطائها جزءاً من أسرارها التصنيعية لمنتج من المنتجات فتقوم الشركة الفرع وهي الشركة الأجنبية بالدخول إلى الأسواق العالمية، وتقوم الشركة الأم بإعطاء الكثير من الصلاحيات لهذه الشركة الخارجية مقابل انتشارها واشتهارها وتواجدها في الأسواق الخارجية.

1. من الأشكال التي تعتمد عليها الشركات في التجارة العالمية الاتفاق حول براءة الاختراع وحق الاختراع، فيتم الاتفاق بين شركتين على منح حقوق محددة من حقوق الاختراع وبراءة الاختراع مراعية بذلك القوانين الحكومية لكل دولة من الدول، فتمنح بعض الشركات حق ممارسة أعمالها العالمية لشركات أخرى بواسطة منحها الاسم التجاري لها والعلامة التجارية الخاصة بها وبراءة الاختراع الخاصة لهذه الشركة مقابل إرجاع قدر محدد من الأرباح للشركة الأم أو الشركة المخترعة صاحبة الاسم التجاري الأصل.

تعريف (عقد حق الاختراع):

هو عقد إداري وتجاري بين شركتين يتم الاتفاق عليه بحماية براءة الاختراع لسلعة من السلع، وذلك لحماية حقوق الاختراع وبراءة الاختراع، وهذا العقد

مصرح به عالمياً وفق الإجراءات القانونية الدولية والمتعارف عليه دولياً في الاتفاقيات الدولية، والتي تعرف بـ اتفاقيات الجاتGatt وهي اختصار للعبارة التالية: (Agreement on Tariffs and Trade).

1. كما أنه من الأشكال الحديثة في ممارسة الأعمال الدولية هو نظام العقود واتفاقيات العقود التجارية والإدارية التي تعتمد على الترخيص، حيث تكون هناك اتفاقية في الترخيص ومزاولة الأعمال التجارية بين شركتين، حيث يوافق المرخص على قيام الشركة الأخرى وهي المرخص لها باستخدام الاسم التجاري والعلامة التجارية ورمز الجودة الخاصة بالشركة الأم، كما تقدِّم الشركة الأم وهي الشركة المرخص كثيراً من التسهيلات للشركة الثانية وهي الشركة المرخص لها لمزاولة أعمالها ونشاطاتها التجارية وغيرها من الاشتهار باسمها واستخدام علامتها التجارية، والقيام بعمليات الترويج والتسويق والدعاية والإعلان بشكل تام دون قيود. ومن أكثر هذه الشركات انتشاراً هي المطاعم المشهورة مثل (ماكدونالدز) و(كنتاكي) **(Kentucky Fried Chicken)** (K F C) وما تقوم به من فتح فروع خارجية تابعة لها في كثير من الدول.
2. (عقود الإنتاج): وهي اتفاقيات وتراخيص وعقود إدارية وتجارية يتفق عليها بين الشركتين فتقوم الشركة الأولى بمنح الإجازة والترخيص وإعطاء السماح والعلامة التجارية والاسم لشركة أخرى خارجية لممارسة النشاطات والاستثمارات والأعمال والدخول في الأسواق الأجنبية على أن تحمل نفس العلامة التجارية ونفس الاسم التجاري مقابل عقد وربح مادي محدد.
3. (التعاون الصناعي): وهي اتفاقية إدارية يتم الاتفاق عليها بين شركتين الأولى أجنبية والثانية محلية، وذلك لإنتاج منتج يتم الاتفاق عليه وفق

اتفاق محدد مثل منح بعض الشركات الكبرى مثل شركات صناعة السيارات بالتعاون الصناعي لشركة أخرى في دولة خارجية.

4. (التعاقد الإداري): وهي اتفاقية إدارية يتم التعاقد عليها بين شركتين، بحيث أن الشركة الأولى تمتلك المواد والسلع والمنتجات والشركة الأخرى تمتلك الموارد والكفاءات والخبرات فيتم الاتفاق بين هاتين الشركتين على التعاون فيما بينهما.

5. (عقود تسليم مفاتيح الإنتاج): وهي اتفاقية بين شركتين، حيث تتولى الشركة الخارجية أو الأجنبية المستثمرة القيام بكافة الأعمال والنشاطات الاستثمارية والتجارية في بلد آخر تستضيف هذه الشركة الأجنبية، وذلك بهدف إنتاج وتصنيع سلع محددة، مثل: سلع كهربائية، أو مكائن، أو أجهزة وآلات تكنولوجية متطورة.

6. وأخيراً (الاتفاقيات الاتحادية الإستراتيجية): وهي اتفاقيات بين شركتين أو أكثر من دولتين مختلفتين على دمج وضم وخلط مواردهما المختلفة ببعضهما البعض وذلك بهدف القيام بالعمليات التجارية وممارسة الأنشطة الدولية، مثل: قيام شركة (فوجي فيلم) بالتعاون مع شركة (زيروكس) و(كوداك فيلم) بالاتفاق الاستراتيجي والاتحاد للتعاون فيما بينهما في مجال التصوير.

الفصل الثالث

طبيعة البيئات التجارية في منظمات الأعمال الدولية والعالمية

هناك اختلاف وتغير في البيئات الداخلية والخارجية المحيطة بالأعمال الدولية والإدارات والمنظمات التجارية، فتختلف البيئات الاجتماعية عن البيئات السياسية والاقتصادية والمؤثرات الجغرافية والقانونية وغيرها، وهذا الاختلاف له دور كبير وأثر عظيم ينعكس على منظمات التجارة الدولية، حيث أن الأعمال الدولية والتجارة الخارجية والشركات الأجنبية لا بد وأن تتناسق وتتوافق مع طبيعة العادات الاجتماعية المختلفة أثناء قيامها بأعمالها التجارية.

فعلى سبيل المثال البيئة الاجتماعية والعادات والتقاليد والسلوكيات المختلفة الفردية وتعدد الديانات واللغات وتنوع الأخلاق والشعائر والمناسبات في كثير من المجتمعات يشكل تأثيراً على منظمات الأعمال الدولية وعلى الشركات الأجنبية والخارجية والمحلية أثناء قيامها بأعمالها التجارية والإدارية والمالية وغيرها، فمثلاً تسعى بعض الشركات إلى تطوير منتجاتها وإلى الرقي بموادها وما تنتجه وتقدمه في شكل جودة عالية تتوافق مع متطلبات كثير من المستهلكين والأفراد والذين هم جزء من هذه المجتمعات، فتقوم بعض الشركات بتطوير منتجاتها وتقوم شركات أخرى بتغيير استراتيجياتها التسويقية وتنويع خططها الإدارية والمالية، بينما تقوم شركات أخرى بتنمية المهارات الفردية والاهتمام بالخبرات البشرية. ويشكل عام فإن المنظمات تواجه كثيراً من المتطلبات العصرية والحضارية التي تفرض عليها التطور الحضاري ومواكبة احتياجات العصر الحديث ليتسنى لها الدخول في الأسواق الدولية والمحافظة على مكانتها في المنظمات العالمية، فتقوم بعض الشركات بدراسة كاملة لمنتج سلعي معين أو بوضع دراسة كاملة لتقديم خدمة

معينة إضافة إلى أساليب التسويق الدولي الحديث ومعرفة ما هي الرغبات التي يطلبها المستهلكون والعملاء والزبائن، ثم تعمل الشركة على الدخول في الأسواق الأجنبية بالمنتجات أو الخدمات الحديثة وفق خطة إدارية وتسويقية حديثة.

ومن هنا لا بد بأن تكون هناك مراحل متعددة أثناء وضع هذه الدراسة التي تهتم بمواكبة الحضارات والاتجاهات المعاصرة والحديثة، وهذه الخطوات تتمثل فيما يلي:

1. دراسة وتقييم المجتمع والعادات الاجتماعية لدى هذا المجتمع المراد الوصول إليه.
2. دراسة واتخاذ القرارات المتعلقة بالأعمال الدولية الخاصة بكل مجتمع من المجتمعات.
3. وضع عدة قرارات واتخاذ قراراً مناسباً وصحيحاً لمعرفة وتحديد ما هي الدولة أو الدول المراد الدخول فيها والمشاركة في أسواقها، وتوزيع المنتجات أو الخدمات فيها، وإيصالها إلى المستهلكين.
4. دراسة ومعرفة الاختلافات والتغيرات الدينية في المجتمعات.
5. دراسة ومعرفة الاتجاهات المتعددة والعادات المختلفة والقيم والتقاليد لدى الشعوب والمجتمعات وتوفير الاحتياجات والسلع والمتطلبات والخدمات بما يتناسب مع قيمهم وعاداتهم وتقاليدهم وأعرافهم لكل مجتمع على حدة.
6. الدراسة الشاملة والكاملة لكل المجتمعات ومعرفة ما هي الصفات والخصائص التي تجمع دولاً متعددةً وما هي الفروقات بين كل مجتمع من هذه المجتمعات.
7. تحديد وتشخيص وتصنيف كل عنصر من العناصر الإدارية الدولية الفعالة التي تسعى إلى التحليل والمقارنة بين المستثمرين ومعرفة ما هي أفضل الشركات المستثمرة في كل دولة.

8. وضع خطة كاملة لمعرفة ما هي الإمكانيات التي يمكن الاعتماد عليها، وما هي الجدوى الاقتصادية التي يمكن الحصول عليها، ومعرفة مدى الأرباح والعوائق الممكن تحقيقها.
9. وضع وتحديد الأهداف والغايات المطلوبة والمنشودة بشكل واضح.
10. العمل على تحقيق هذه الأهداف بشكل مباشر.
11. معرفة تغير الأنماط والعادات لدى الشعوب والمجتمعات.
12. توفير أفضل خدمات للعملاء والمستهلكين وتقديم أفضل المواد والسلع للزبائن.
13. الاهتمام بالتكنولوجيا المتطورة.
14. المحافظة على العلاقة والثقة بين الزبائن والشركة.
15. التعاون الإداري المتميز بين كل من الفروع الإدارية والشركة الأم.
16. تقليل وتخفيف حدة الصراعات والاختلافات المحتملة الظهور بين الأفراد والموظفين والإداريين ضمن الشركة الواحدة.
17. دراسة القيم ومعرفة المواد المتعددة والثقافات والتنظيمات الاجتماعية والعادات والأساليب والمناسبات الدينية وغيرها وتوفير سلع وخدمات تتناسب مع كل ظرف من الظروف ومع كل موقف من المواقف.
18. التمييز بين الديانة الإسلامية والمسيحية وما يتطلبه المستهلكون والعملاء والزبائن في الدول العربية والإسلامية عن غيرهم من حملة الديانات الأخرى.
19. التوافق وإحداث التوفيق والابتعاد عن الاختلافات والفروقات الحادة أثناء تقديم السلع لهذه المجتمعات.
20. دراسة الآراء المتعددة في المجتمع الواحد في دولة ما.

21. دراسة ومعرفة وقياس الحدود الممكنة لممارسة الأعمال ومعرفة الوقت المناسب للبدء في هذه الأعمال ومعرفة مقدار الإنتاجية وما هي الأرباح والمخرجات والعوائد وكيف يمكن تطوير الإنتاج والعمل على زيادة الإنتاجية وزيادة الربحية وتقليل التكاليف والابتعاد عن الخسارة إن وجدت.

22. التواصل الشخصي عن طريق الدعاية والإعلان الشخصي المباشر للتوصل إلى بعض من الشخصيات ذات الثروة المالية للحصول على ثقة هؤلاء الأشخاص ومنظماتهم وتقديم مكافآت معنوية وهدايا مادية ونظرية تعبيراً عن اهتمام الشركة بأذواقهم ورغباتهم ومنتجاتهم الجديدة.

23. توفير وظائف جديدة في أماكن جديدة مثل توظيف أطباء في عدة مستشفيات للعمل على ترويج السلع والخدمات في الأماكن التي يعملون بها.

24. السماح بممارسة الأعمال والتنظيمات والنشاطات الإدارية والتسويقية. والتشجيع على ترويج البضائع والسلع في كثير من المجتمعات داخل الدولة الواحدة والبعد عن الأوتوقراطية والبيروقراطية في ممارسة الأعمال الحديثة والمعاصرة.

25. التشجيع على التغير والتحديث والتجديد، وتشجيع الأفكار الجديدة والحديثة ودراسة إدخال منتجات جديدة إلى الأسواق والعمل على تطوير السلع والخدمات.

26. الاهتمام برغبات الشعوب والمجتمعات في التجديد والتحديث والتطوير والعمل على توفير متطلباتهم ورغباتهم.

27. الابتعاد عن التردد والتخاذل العملي والدخول في أسواق جديدة ومجتمعات جديدة ودول جديدة.

28. السماح بالاتصال والتواصل مع مختلف الطبقات في المجتمع الواحد.

29. الاهتمام بوسائل التعبير الجسدية ولغات العين وتقلبات الكف واليدين وفهم رغبات المجتمعات والزبائن والأفراد والمستهلكين والاستماع لمشاعرهم وأحاسيسهم ورغباتهم وتحقيق مطالبهم.

30. مراعاة نسبة التعليم ومستوى الطبقة المثقفة داخل المجتمع الواحد.

31. الاهتمام بأدوار ورغبات المثقفين والمتعلمين وحملة الشهادات الأكاديمية والعلمية، وفصل حاجاتهم ومعاملاتهم عن الطبقات الأخرى من المجتمع.

32. دراسة سلوكيات الأفراد ومعرفة التجمعات والتنظيمات الاجتماعية في المجتمع الواحد، ومعرفة متطلبات ورغبات الأسر والعائلات والأفراد والمؤسسات والهيئات والمنظمات وجميع المنظمات الاجتماعية والتنظيمات داخل الدولة الواحدة، والعمل على تحقيق وتوفير متطلباتهم ورغباتهم من أسلوب التعامل ونمطية المعاملات وأساليب البيع والشراء وصولاً إلى الخدمات التي يرغبون فيها وتقديمها لهم وتوفير السلع المطلوبة لهم.

33. فصل وتصنيف ومعرفة احتياجات ورغبات الآباء عن الأبناء والشباب عن من هم من سن الشيخوخة، وتوفير سلع وخدمات تتناسب مع كل فئة عمرية من الأعمار من الطفولة وصولاً إلى الشباب وحتى مرحلة الشيخوخة.

34. مراعاة متطلبات الأسر والعائلات الصغيرة وتوفيرها لهم وفصلها عن متطلبات ورغبات الأسر والعوائل ذات العدد الكبير والاجتماعات الكثيرة والمناسبات المتعددة.

35. فصل احتياجات ومتطلبات ورغبات المرأة عن الرجل.

36. وأخيراً توفير الاحتياجات المهنية والعملية في كل مجتمع من المجتمعات.

إن الشركات الأجنبية والشركات المتعددة الجنسية والشركات التي تقوم بالاستثمار الخارجي تهتم بتوفير الخدمات والمواد والسلع وفقاً لمختلف الحاجات الدينية وتقسيمها إلى ديانات ومعتقدات متعددة كما يلي:

1. سلع وخدمات تتناسب مع متطلبات الديانة الإسلامية.
2. سلع وخدمات تتناسب مع متطلبات الديانة المسيحية والنصرانية.
3. سلع وخدمات تتناسب مع متطلبات الديانة اليهودية.
4. سلع وخدمات تتناسب مع متطلبات الديانة البوذية.
5. سلع وخدمات تتناسب مع متطلبات الديانة الهندوسية.
6. سلع وخدمات تتناسب مع متطلبات الديانات والمعتقدات الأخرى المختلفة في دول العالم.

كما تقوم الكثير من الشركات الأجنبية التي تعتمد على الاستثمار الخارجي والتي تسعى إلى الدخول إلى أسواق دولية جديدة بتوفير سلع وخدمات وتقديم مواد ومتطلبات وآلات حديثة وجديدة تتناسب مع متطلبات العصر الحديث ويتم تقسيم هذه السلع والخدمات إلى عدة فروع كما يلي:

1. تقديم سلع وخدمات جديدة تتناسب مع متطلبات المرأة المعاصرة.
2. تقديم سلع وخدمات جديدة تتناسب مع متطلبات الأعمال الإدارية المعاصرة.
3. تقديم سلع وخدمات جديدة تتناسب مع الشركات العالمية الحديثة.
4. تقديم سلع وخدمات جديدة تتناسب مع أذواق المستهلكين الغربيين في الدول العربية.
5. تقديم سلع وخدمات جديدة تتناسب مع أذواق المستهلكين من الشباب الأكاديمي والمثقف بين سن الثلاثين والأربعين.

6. العمل على إقناع الرافضين للتجديد والتغيير بتجربة سلع وخدمات جديدة وإقناعهم بالفائدة التي تعود من جراء استهلاكهم واستخدامهم لهذه السلع والخدمات الجديدة.
7. مواجهة الطبقة المترددة من المجتمع والعمل على تشجيعها في الدخول بتجربة جديدة لاستهلاك واستخدام سلع وخدمات جديدة.
8. استقطاب الأفكار الجديدة واستثمارها في عمليات التطوير والتنمية في المصانع والشركات والإدارات وغيرها.

كما أن العديد من الشركات العالمية والأجنبية تهتم بتنويع السلع والخدمات وتغييرها وتشكيلها وفقاً لتغير وتعدد وتنوع اللغات والثقافات في المجتمع الواحد، فتقوم بتقديم سلع وخدمات جديدة تتناسب مع متطلبات الدول العربية ويكون فيها شرح عن تفاصيل استخدام السلع والخدمات باللغة العربية وأخرى باللغة الإنجليزية وأخرى باللغة الفرنسية والإيطالية والألمانية والصينية لنفس السلعة.

كما تراعي الشركات الدولية أثناء دخولها إلى الأسواق العالمية تنوع متطلبات الشعوب والمجتمعات في العديد من الدول من دول الشرق الأوسط والدول العربية والدول الإسلامية ودول جنوب شرق آسيا، مثل: إندونيسيا وماليزيا والفلبين وتايلاند وسنغافورة، كما تراعي الشركات العالمية أثناء انتشارها واشتهارها في الأسواق الخارجية والأجنبية توفير سلع وخدمات تتوافق مع متطلبات الدول الأوروبية والغربية والأمريكية وخصوصاً أثناء دخولها في الأسواق الأوروبية والأجنبية والعالمية.

كما تهتم الشركات أثناء دراستها واهتمامها في البيئة التجارية الدولية للأعمال الدولية والإدارات العالمية بالاختلاف بين الدول المتقدمة والدول المتطورة والدول النامية ودول العالم الثالث، كما تراعي هذه الشركات مختلف الطبقات الاجتماعية في كل دولة من الدول من الطبقة الأكاديمية المثقفة وطبقة المدراء

والمسؤولين والطبقة الثرية والغنية وأصحاب رؤوس الأموال، وتوفير سلع وخدمات تتناسب مع أذواقهم ورغباتهم واحتياجاتهم، والاهتمام بمختلف الطبقات الأخرى في المجتمع من مهندسين وحرفيين ومهنيين وتجار ومزارعين وأطباء وغيرهم.

وبسبب كافة العوامل السابقة فإن الشركات الدولية والمؤسسات التجارية العالمية والشركات المتعددة الجنسية تسعى دائماً إلى التطوير وإلى التحسين والتجديد في أعمالها وقراراتها الإدارية وأنشطتها التجارية واستراتيجياتها التسويقية وغير ذلك، فتقوم بتأسيس شبكة عملاقة وكبيرة في كثير من دول العالم تمارس الكثير من الأعمال للمؤسسة الواحدة وتسعى إلى نشر التكنولوجيا والتطور، كما تعمل على إدخال منتجات جديدة وتقديم خدمات حديثة وتوزيع وترويج مواد وسلع تواكب الأسواق المعاصرة والحديثة، كما تهتم بوسائل الإعلان والدعاية والترويج والتسويق الحديث الدولي المعاصر.

الفصل الرابع

طبيعة البيئة السياسية والقوانين الحكومية المؤثرة على إدارة الأعمال في الشركات الدولية والمنظمات العالمية

غالباً ما تقوم الحكومات في زمننا المعاصر وفي ظل العولمة الحديثة وانتشار المنظمات الدولية والتجارية وتطور الشركات والمؤسسات المالية والإدارية إلى التشجيع على دعم الاستثمارات الأجنبية والخارجية المباشرة وغير المباشرة، فتقوم بعض الحكومات السياسية بوضع قوانين تعمل على دعم ومساندة وتشجيع الصناعات وإنشاء المصانع المتطورة والحديثة، وبالمقابل تقوم كذلك بعض الحكومات بالحد من عمليات الاستثمار الأجنبي والخارجي فتقف عائقاً أمام التطور التكنولوجي والصناعي والإداري والإنتاجي والزراعي والمالي وغيره من عوامل ومتطلبات التطور في وقتنا الحاضر فتقوم بعض الشركات المحلية بدعم من الحكومات بممارسة أعمالها في إطار محدود مكتفية بالإنتاج والصناعة المحلية بعيدة عن الدخول في الأسواق الدولية والمساهمة في التجارة العالمية.

فتقوم بعض الدول والحكومات بوضع قوانين سياسية وقوانين تجارية وتفرضها للسيطرة والضبط على عمليات التجارة المحلية والدولية، فنجد أن بعض الدول لديها تطور في مجال الصناعة والزراعة واهتمام كبير بوسائل النقل والمواصلات وتنوع في وسائل الاتصالات وتعمل كذلك على تشجيع الصناعة المحلية والإنتاج المحلي والتجارة الداخلية المحلية وتقوم بالسيطرة على كافة المصانع داخل الدولة للحد من التجارة الدولية والعالمية، وهي تساهم بطريقة أو بأخرى في عملية زيادة الإنفاق العام الحكومي بهدف زيادة الناتج القومي وهذا قد أدى دوراً كبيراً تجارياً واقتصادياً وتنموياً وعمل على تطوير اقتصاد هذه الدول.

في حين ترغب الكثير من الدول إلى ممارسة التجارة العالمية والدخول في الأسواق الجديدة الدولية معتمدة على المنفعة المتبادلة ونظرية المنفعة المقارنة التي سبق وأن تطرقنا لها في كتابنا هذا في الفصل الثاني من هذا الباب الثاني، فتساهم بتشجيع وترويج وممارسة أنشطة التجارة الدولية بين عدة دول، كما تعمل على توفير الكثير من السلع وتقديم العديد من الخدمات في كثير من الأسواق الدولية والعالمية، فتقوم بالترويج والتشجيع والدعم في حرية حركة التجارة العالمية وترغب العديد من الشركات بدعم من الحكومات بالتنافس الدولي مع الشركات الأخرى رغبة في المنافسة الدولية لإظهار كفاءة الإنتاج وتحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح، كما تعمل هذه الشركات على تحسين وتطوير وتجديد وتحديث نوعية المنتجات والخدمات المعلن عنها والمقدمة للعملاء والزبائن والمستهلكين.

أنواع الحكومات السياسية وتحديد مواقفها من التجارة الدولية والعالمية:

أولاً: الحكومات السياسية الداعمة للإنتاج المحلي والصناعات الوطنية:

وفيما يلي سوف نستعرض سياسات وأفكار بعض الشركات المحلية والحكومات التي تدعم الصناعات المحلية والتجارة الداخلية والإنتاج الوطني، بهدف الحماية من الاستثمار الأجنبي والتنافس الخارجي.

فتقوم بعض الدول بحماية مصانعها من التنافس الأجنبي والخارجي مستخدمة سياسة الاعتماد على الإنتاج المحلي والصناعة الوطنية وغير راغبة في المشاركة في التجارة العالمية وبعيدة عن منظمات التجارة الدولية ومتجنبة الدخول في منظمات التجارة الحرة والأسواق التجارية الحرة.

وكان الهدف الذي تسعى إليه حكومات هذه الدول وهي التي تشرف على هذه المؤسسات والشركات هو عدم رغبة الشركات الدولية والعالمية والحكومات

الخارجية والأجنبية في التحكم بالتكنولوجيا المتطورة لديها أو باستغلال الموارد الطبيعية المتوفرة لديها، إضافة إلى تشجيعها بمبدأ التخصص والاكتفاء الذاتي وتشجيع التجارة الداخلية والصناعة المحلية ومبتعدة عن مخاطر المنافسة الدولية بين المنتجات والخدمات والسلع المختلفة في الأسواق الدولية والأجنبية والخارجية مكتفية بإتباع سياسة أسعار محددة لمنتجات تقوم بإنتاجها إنتاجاً محلياً دعماً للصناعة الوطنية ووفق تكاليف مادية وأسعار مالية تتفاوت بين الانخفاض والارتفاع بحسب درجة التشجيع على الاستهلاك من عدمه.

إن كثيراً من الحكومات تعمل على حماية صناعاتها المحلية والوطنية اعتماداً على أساس أن الصناعات الحديثة والمعاصرة تحتاج إلى أشكال كثيرة من الدعم والحماية من المنافسة الدولية والخارجية، فتسعى إلى تنمية وتطوير وتحديث منشئاتها ومصانعها المحلية بعيدة عن منافسة الشركات الدولية والعالمية وتقوم بنفس الوقت بتطوير صناعاتها وحماية مصانعها وتنمية اقتصادياتها، حيث تصبح هذه الصناعات المحلية قادرة على المنافسة الأجنبية مستقبلاً.

وقد ترتكب بعض الحكومات بعض الأخطاء أثناء فرض القوانين التجارية والسياسية والجمركية والضريبية والاقتصادية على القيام بالأعمال الخارجية والاستثمارات الأجنبية.

فقد تحصر بعض الحكومات شركاتها المتطورة ومصانعها الحديثة عن عمليات الإبداع والتطوير والمشاركة في الأسواق العالمية.

وهناك عدة أسباب تدفع بعض الحكومات والدول إلى تشجيع الصناعات المحلية وزيادة الإنتاج الوطني، ومن هذه الأسباب ما يلي:

1. الرغبة في التنمية الصناعية داخل الدولة.
2. الرغبة في النمو الاقتصادي للدولة.
3. الرغبة في التنمية الزراعية والاهتمام بالقطاع الزراعي داخل الدولة.

4. الحفاظ على قوة الاقتصاد المحلي داخل الدولة.
5. الحفاظ على مستوى عملة الدولة وسعرها النقدي الداخلي.
6. الاهتمام بالأيدي العاملة من المواطنين داخل الدولة.
7. العمل على تشجيع وتنمية وتطوير الكفاءات والخبرات والمهارات البشرية والإدارية والمالية.
8. الاستفادة من الموارد الطبيعية والمواد الأولية واستغلالها استغلالاً مثالياً.
9. توظيف أكبر قدر ممكن من الأفراد والعمل على تنميتهم والاهتمام بهم وتطويرهم مادياً ومعنوياً وإدارياً وعملياً.
10. استثمار رؤوس الأموال المحلية داخل الدولة.
11. المساهمة في تطوير التكنولوجيا وتحديد الآلات والأدوات داخل المصانع والمنشآت والشركات.
12. دعم وتشجيع التجارة الوطنية وممارسة الأعمال المحلية.
13. تشجيع الامتلاك الوطني المحلي داخل الدولة.
14. تحسين وتطوير ميزان المدفوعات للعمل على تطوير التجارة والصناعة والإنتاج داخل منشآت ومصانع ومؤسسات الدولة، حيث أن ميزان المدفوعات هو أساس في التجارة والاقتصاد فتسعى بعض الحكومات إلى الحفاظ على ميزان المدفوعات بشكل إيجابي، كما تسعى إلى الاستقرار في عملية التحويل السعري للعملات من خلال التحكم في التدفق المالي والتجارة الدولية فيكون هناك خسارة تجارية بسبب انخفاض حجم التصدير، ولذلك فإن من أكبر الحلول ووضع قوانين جمركية وضريبية تعمل على رفع رسوم الجمارك في حال التشجيع على الصناعات المحلية والإنتاج المحلي والتجارة الداخلية، كما تقوم هذه الحكومات بوضع العديد من القوانين والضوابط التجارية في حال رغبة الشركات الخارجية في الاستثمار لديها،

كما تقوم بفرض رسوم جمركية وتعريفات ضريبية عالية ورسوم إضافية وأعباء مالية أخرى أمام الشركات الخارجية التي ترغب في الاستثمار الأجنبي داخل الدولة لزيادة الدخل القومي ولتنمية الاقتصاد المحلي، كما تقوم بفرض رسوم مرتفعة جمركية وتعريفات ضريبية إضافية أخرى على المستوردات الخارجية من السلع والمواد والأغذية والبضائع.

15. ضمان السيادة والحفاظ على المكانة السيادية والبعد عن الاختراقات والتنافسات الخارجية.
16. المحافظة على العادات الاجتماعية والتقاليد داخل الدولة.
17. حماية الحضارة والمجتمع من السلبيات العائدة من التنافسات الحادة الخارجية والأجنبية.
18. المحافظة على القيم الأخلاقية والعادات والثقافات الدينية داخل المجتمع الذي تحيط به الدولة.
19. استثمار رؤوس الأموال بشكل مباشر.
20. تقوم الحكومات التي ترغب بتشجيع الصناعة المحلية والإنتاج الوطني بالحد من البطالة وتوفير فرص وظيفية للعمال داخل الدولة نظراً لأن الاستيراد الخارجي والاعتماد على التجارية الخارجية يعد أحد أسباب البطالة نظراً لعدم قيام الشركات الخارجية بالاستغلال الأمثل للموارد المالية والبشرية المتوفرة داخل الدولة فتعمل على الاستعانة بالأيادي العاملة الأخرى من خارج الدولة، وفي كثير من الأحيان قد لا تكون سياسة منع الاستيراد سياسة ناجحة بشكل دائم وذلك بسبب انتشار الأسواق الدولية والشركات الأجنبية والاستثمارات الخارجية المباشرة وغير المباشرة.

وقد وضعت بعضاً من الدول في وقتنا الحاضر عقود واتفاقيات وتشريعات تتعلق بإمكانية الاستيراد من أسواق أجنبية والاستعانة بشركات أجنبية أو خارجية في بعض الأحيان الاضطرارية التي تعود بالمنفعة على اقتصاد الدولة وتعمل على تطوير إنتاجيات ومصانع الدولة وتدعم تجاراتها وأعمالها وأنشطتها وصناعاتها المحلية والداخلية.

كما يمكن وفي كثير من الأحيان أن تقدم هذه الحكومات الدعم المادي والمعنوي لبعض مؤسساتها ومصانعها الداخلية تشجيعاً للإنتاج المحلي ولإبقاء الصناعة المحلية رائدة ومتفوقة وبعيدة عن الاعتماد على الاستيراد الخارجي بشكل دائم.

ويلاحظ أن مدراء الأعمال ورجال المال والأعمال ومسئولي الاقتصاد في بعض الدول بالتعاون مع ممثلي ومسؤولي وأعضاء النقابات العمالية والمهنية وغيرها قاموا بتشكيل ضغط سياسي إلى حد ما على كثير من الحكومات مما عملت هذه الحكومات على مراجعة قوانينها وتعديل استراتيجياتها والمساهمة في بعض الأحيان في الدخول في التجارة العالمية.

21. وأخيراً تطوير الوسائل والآلات التكنولوجية داخل مؤسسات ومصانع وهيئات الدولة.

ونلاحظ أن هناك بعض الضغوطات السياسية التي تؤثر على عمليات الاستيراد الخارجي دون تنمية الاقتصاد المحلي داخل هذه الدول، ومن هذا النوع بعض الدول العربية وبعض الدول الإسلامية ودول العالم الثالث ممن تعاني من اقتصاد مالي ضعيف ولا تهتم بتنمية اقتصادياتها المحلية ولا تشجع على الإنتاج المحلي وبالرغم من ذلك فقد طالبت في بعض المواقف السياسية بمقاطعة البضائع الأوروبية والإسرائيلية والأمريكية لتشكيل ضغط سياسي.

ثانياً: الحكومات التي تهتم بالصناعات المحلية والدولية:

فهناك بعض الحكومات التي تقوم بعمليات تطوير ودعم ومساندة الصناعات الحديثة سواء أكانت صناعات داخلية محلية أو خارجية وأجنبية ودولية، فتقوم بعملية التوسع والانتشار والدخول في الأسواق الخارجية، كما تهتم بالمصانع والصناعات الإلكترونية المتطورة، وذلك بهدف تحقيق أكبر قدر ربح ممكن وتشجيع الصناعات المختلفة الإلكترونية والتكنولوجية من الآلات والأدوات والمعدات وغيرها، وذلك بهدف تطوير وتنمية الاقتصاد وتشجيع الصناعات رغبة في الاهتمام بالقطاع الصناعي والمصانع والمنشآت الصناعية، نظراً لأنه الأساس في عملية تطوير الاقتصاد العالمي، فقد قامت بعض الدول بالتحول من القطاع الزراعي إلى القطاع الصناعي، واهتمت بالصناعات وإنشاء المصانع بعد أن كانت تعتمد على الزراعة وذلك بهدف التطوير والتحديث الصناعي وزيادة الفرص الوظيفية وتنمية الاقتصاد العالمي وخلق فرص جديدة للأعمال والحد من البطالة والقضاء على الفقر.

ومن هذه المنطلقات فقد قامت بعض الدول بزيادة استثماراتها الخارجية وعملت على نقل التكنولوجيا المتطورة لديها بقصد تحسين قدراتها وبغض رفع مستوياتها وزيادة أرباحها وتطوير إمكانياتها الصناعية والتكنولوجية وتنمية مواردها المالية والبشرية واستثمار الطاقات والخبرات والكفاءات لديها والعمل على تنميتها وزيادة خبراتها، وتعتمد هذه الشركات على الاستثمارات الأجنبية والخارجية التي تهتم بالصناعة والتي تقوم على أساس الاستثمار الكبير في رؤوس الأموال بهدف تطوير صناعات حديثة، كما تقوم هذه الحكومات بدعم الشركات التي تدعو إلى الاستثمار الأجنبي والخارجي المباشر وغير المباشر.

وبشكل أساسي فإن غالب الدول تعتمد في أسلوب استثماراتها وممارسة أعمالها وتجارتها العالمية على التعاون والتبادل القائم على المنفعة المتبادلة والمنفعة

المقارنة للاستفادة من موارد كل دولة وتنمية هذه الموارد والحصول على سلع وخدمات متطورة وتكنولوجيا ذات كفاءة أعلى وتطور أكبر، فتقوم هذه الشركات بتنويع برامجها الصناعية فتدخل في كثير من المنظمات والشركات الأجنبية والأسواق الدولية خصوصاً إذا ما لاحظت أن هناك خطراً ما يلاحقها أو يهدد أمنها أو اقتصادها المحلي والتجاري.

كما أن الشركات التي تعتمد على صناعة موحدة مكتفية بإنتاج واحد على عدد محدود من الإنتاج والصناعات هي غالباً ما تعاني خسائر في أوقات كثيرة وتعاني أضراراً ربحية وتجارية في مختلف الأحيان.

ومن هذا المنطلق تعمل على تطوير إنتاجياتها وتنويع صناعاتها وتقوم بإدخال خطوط إنتاجية جديدة لمصانعها، وتعمل على تنمية مصانعها وتطوير صناعاتها وإنتاجها مبتعدة عن مبدأ التخصص والاكتفاء بالإنتاج الواحد والصناعة المحدودة، فتقوم بالتنويع والتطوير في استراتيجياتها وسياساتها فتعمل على تبني أكثر من صناعة وتدعم أكثر من جهة وتشجع الصناعات المختلفة والتجارات المتعددة سواء أكانت مالية أو إدارية أو تجارية أو استثمارية أو صناعية أو تكنولوجية.

إن التوسع والتنوع والتطوير والتنمية في عمليات الصناعة وفي تغيير قاعدة الجمود الصناعي والحث على إنتاج طاقات جديدة وتطوير إنتاجيات وصناعات حديثة يعمل على تنويع الصناعات المحلية وتشجيع الاقتصاد المحلي ودعم الاقتصاد العالمي بنفس الوقت، فهي تساهم بهذه الطريقة بين عمليات التشجيع على الإنتاج المحلي والصناعة الوطنية، كما تعمل بنفس الوقت على دعم الاقتصاد العالمي وتشجيع الاستثمار الخارجي والمشاركة في الأسواق الجديدة الدولية والأجنبية.

كما تستفيد هذه الشركات من الأيادي العاملة الخارجية والداخلية فتعمل على تنمية وتطوير مواردها البشرية.

إن من الأسباب التي جعلت بعض الحكومات تدعم الصناعات المحلية والخارجية وتساهم في دعم اقتصادها الداخلي والمحلي والقومي وبنفس الوقت تساهم في تنمية الاقتصاد العالمي وتشارك في الأسواق الأجنبية هو الاستفادة من الموارد الخارجية والطبيعية والعوامل الجغرافية والبيئية في الدول الأخرى، وكذلك الاستفادة من رخص الأيادي العاملة في بعض الدول مثل، الهند والصين، والتخلص من معدلات الأجور المرتفعة، فهذه الشركات تعمل على إنتاج صناعات متعددة وتقديم سلع وآلات ومواد جديدة ومتطورة وبتكلفة مادية منخفضة.

وقد انتشرت سياسة دعم التجارة المحلية والدولية من قبل بعض الحكومات التي تشجع الصناعة والإنتاج المحلي والخارجي وذلك بسبب نقص التكنولوجيا المتطورة والمطلوبة في بعض الأحيان في دولة ما فتعمل على تكملة النقص الحاصل لديها في التكنولوجيا وتطوير معداتها والاستفادة من المتخصصين والخبراء مستفيدة بدعم اقتصادها المحلي وتشجيع الاقتصاد العالمي.

وقد تكون هناك بعض القوانين والالتزامات والعوائق أمام هذا النوع من الشركات نظراً لوجود بعض الدول التي تدعم إنتاجها المحلي، إلا أن هناك شركات أخرى قوية ما زالت ترغب في المخاطرة وفي الدخول في التجارب الجديدة وترغب بتوسع وانتشار نفوذها وأماكن وجودها في كثير من الدول رغم المنافسة الحادة التي تواجهها والعوائق والصعوبات التي تقف أمامها، إلا أن هناك بالمقابل أيضاً حكومات أخرى تطلب وبشكل مباشر تنفيذ برامج جديدة لها من قبل شركات أجنبية أو حكومات خارجية لتطور من برامجها ومصانعها واقتصادياتها.

ثالثاً: الحكومات التي تهتم بتنمية مصانعها وبرامجها المحلية:

حيث تعمل على تطوير اقتصادها المحلي مستعينة بالاستثمار الأجنبي ومستفيدة من الشركات الخارجية والأسواق الدولية وتدعم سياسة الاستيراد الخارجي والتصدير الدولي وتتعاون مع كثير مع الدول في تشجيع الاستثمارات

الخارجية بهدف دعم اقتصادها والاستفادة من التطور التكنولوجي في الدول المتطورة الخارجية.

رابعاً: الحكومات التي تهتم بجذب الاستثمارات الأجنبية والخارجية لها داخل الدولة:

وذلك بهدف تشجيع الاستثمار الأجنبي والقيام بإنتاج سلع ومواد جديدة لا تستطيع هذه الدولة إنتاجها أو تقديمها لمواطنيها فتقوم بتشجيع الاستثمار الخارجي وجذب الاستثمار الأجنبي على تقديم إنتاج وتصنيع خدمات وسلع وبضائع جديدة ليستفيد منها المجتمع داخل هذه الدولة، وتشجع بنفس الوقت الدول الأجنبية للاستثمار داخل هذه الدولة، فتقوم بعض الحكومات بدعوة المستثمرين الخارجيين للشركات العالمية للاستثمار والتجارة الأجنبية داخل الدولة وتمنح هذه الحكومة الشركات الأجنبية والخارجية الكثير من المزايا والتسهيلات مقابل دعمها للإنتاج المحلي والاستفادة من الخبراء والأيادي العاملة داخل الدولة وتطوير اقتصاد الدولة وتنمية التجارة داخل الدولة وترغب بعض الشركات الأجنبية بالاستثمار الأجنبي في هذه الدول وخصوصاً إذا ما كانت تتمتع هذه الدول بكثير من الموارد الطبيعية والمواقع الجغرافية المناسبة لها ولاستثماراتها مما يحصل لدينا عملية تبادل منفعة وتعاون تجاري واقتصادي بين الشركات الخارجية والاستثمارات الأجنبية داخل دولة من الدول التي قامت بدعوة هذه الشركات الخارجية للاستثمار فيها وتطوير مواردها وتنمية اقتصادياتها وزيادة خبرة الموظفين والعاملين لدى هذه الشركات في الدولة المستضيفة لهذه الشركات الأجنبية.

وهذه التجربة جلية في كثير من الدول على سبيل المثال ما قامت به الجمهورية اليمنية في عام 2005م إلى 2010م بتوجيه الدعوات للشركات الخارجية وتشجيع الاستثمارات الأجنبية بداخلها بهدف تطوير وتنمية اقتصادها المحلي وترغيب المستثمر الأجنبي في استثمار وتشغيل رؤوس الأموال لتحسين مستوى اقتصاد الدولة وتوفير العديد من الفرص الوظيفية وتطوير الصناعات المحلية

وتنمية الموارد المالية والبشرية داخل الدولة وتحسين وتطوير نوعية الخدمات والسلع والإنتاج داخل الدولة وتحسين ميزان المدفوعات ودعم العملة وتنمية الخبرات الإدارية داخل مؤسسات الدولة.

القاعدة الذهبية السادسة للأعمال الدولية:

أسباب تشجيع الدول لعمليات الاستثمار الأجنبي:

وبشكل مجمل فإن هناك العديد من الأسباب التي تدعو بعض الحكومات في تشجيع الاستثمار الأجنبي داخل هذه الدولة، من هذه الأسباب ما يلي:

1. جذب الاستثمارات الخارجية.
2. تشجيع الاستثمارات الأجنبية داخل الدولة.
3. التعاون الاقتصادي والتجاري.
4. دعوة الشركات الخارجية والأجنبية للاستثمار داخل دولة من الدول لإنتاج سلع وإنشاء مصانع وتقديم خدمات جديدة للمجتمع الذي يعيش داخل الدولة، وتقديم مساعدات مادية ومعنوية لهم عن طريق إنشاء مصانع وهيئات ومؤسسات جديدة تدعم الاقتصاد المحلي داخل الدولة.
5. استخراج النفط والرغبة في الاستثمار الأجنبي ودعوته للقيام باستخراج النفط والاستفادة منه.
6. إيجاد تكنولوجيا متطورة داخل الدولة عن طريق الشركات الأجنبية.
7. تشغيل رؤوس الأموال الخارجية داخل الدولة.
8. الاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية والمواد الأولية داخل الدولة.
9. نقل المعرفة والخبرات والمهارات من الشركات الأجنبية والخارجية لدعم الموارد البشرية داخل الدولة.

10. توظيف أكبر قدر من العاملين المواطنين داخل الدولة في المصانع والمؤسسات التي قامت بتأسيسها الشركات الأجنبية الخارجية وتوفير التدريب المناسب للعاملين والموظفين.

11. تطوير الصناعات المحلية.

12. القضاء على البطالة والتخفيف من حدة الفقر.

13. التخفيض والتقليل من حجم التضخم الاقتصادي للسلع والبضائع داخل الدولة.

14. تنويع وتوسيع الصناعات داخل الدولة.

15. وأخيراً الرغبة في المشاركة في التجارة الدولية والدخول في الأسواق العالمية.

ومن الملاحظ أن كثيراً من الدول لديها الرغبة التامة والكاملة في تحسين وتطوير اقتصادياتها وتطوير منتجاتها ومصانعها من خلال الاستفادة من رؤوس الأموال الخارجية عن طريق الاستثمارات الأجنبية، إلا أن هناك الكثير من المخاوف والظروف والأسباب والعوامل والأوضاع التي تجعل المستثمر الأجنبي لا يرغب في الاستثمار الأجنبي في دولة من الدول مثل وجود العديد من الالتزامات والأعباء المادية على هذه الشركات الخارجية، فضلاً عن التزاماتها مع دول أخرى وهي تعمل معها وفق عقود تجارية واتفاقيات إدارية محددة وما زالت تحتاج إلى فترة زمنية طويلة للانتهاء منها، فضلاً عن أن هناك بعض الدول لديها شروط أيضاً مقابل قيام الشركات الأجنبية والخارجية في الاستثمار الأجنبي بداخلها مما يجعل بعض الشركات تعزف عن الاستثمار في هذه الدول نظراً للشروط الاستثمارية التي تقع على عاتقها في حال قيامها بالاستثمار الأجنبي داخل هذه الدولة، كما أن هناك الشركات التي لا ترغب في الاستثمار في بعض الدول بسبب الظروف والأوضاع والعوامل الأمنية وخوفها من عدم الاستقرار الأمني

داخل الدولة، كما أن هناك بعض الشركات التي تعزف عن الرغبة والحماس في الاستثمار الأجنبي داخل دولة من الدول بسبب تغير الظروف والعوامل البيئية داخل هذه الدولة مما يجعلها تتخوف من التقلبات المفاجئة البيئية والجغرافية وتغيرات الطقس التي تؤثر على مصانعها وإنتاجياتها وسلعها وخدماتها جراء تغير هذه الظروف البيئية والعوامل المناخية والجغرافية.

خامساً: الحكومات التي تهتم ببرامج الإغاثة وتقديم المساعدات للدول المتضررة والمنكوبة:

حيث تقوم بعض الدول عن طريق الحكومات السياسية بتقديم إغاثات ومساعدات ومساندات وإعانات حكومية وفق برامج اقتصادية واتفاقيات تعاونية فيما بين الدول.

سادساً: الحكومات التي تهتم بدعم الإنتاج الزراعي:

فهناك بعض الحكومات التي تدعم بشكل عام محلياً ودولياً الزراعة والإنتاج الزراعي بكل أشكاله المختلفة.

سابعاً: الحكومات التي تهتم بتشجيع الاستثمار الأجنبي والخارجي:

حيث تقوم بعض الحكومات بدعم الشركات الأجنبية وترغب بعمليات الاستثمار الأجنبي والخارجي وتشجع الصناعات الخارجية والأجنبية وتقلل من القيود التجارية والغرامات والضرائب الجمركية، كما تقدم العديد من التسهيلات الجمركية والضريبية لكثير من الشركات الأجنبية، وتشجع الاستيراد والتصدير وتدعم التجارة الدولية وتسهل عملية التبادل التجاري بين مختلف الشركات، وتسمح للشركات الأجنبية بالاستيراد والتصدير لأي سلعة من السلع وتخفف من السيطرة والرقابة على التحويلات المالية الداخلية والخارجية، كما تعمل على تطوير القيادات والمهارات وتنمي الكفاءات الإدارية، كما تسمح بتوظيف وتشغيل رؤوس الأموال بشكل مباشر وتقوم بالإعفاءات الضريبية، وتدعم الأسعار

وتقدم المواد والسلع الأساسية والضرورية لهذه الشركات الخارجية والأجنبية لممارسة أعمالها الدولية، وذلك لتنشيط عملية التجارة الدولية وتوسيع عملية الأعمال العالمية والدخول في الأسواق الجديدة الأجنبية والخارجية.

وبالرغم من وجود بعض الحكومات التي تهتم بتشجيع التجارات العالمية والاستثمارات الأجنبية، إلا أن هناك بعض الدول والحكومات التي تشكوا من الشركات المتعددة الجنسية والشركات الأجنبية وعمليات الاستثمار الأجنبي والخارجي، حيث ترى هذه الدول والحكومات بأن عمليات الاستثمار الأجنبي تسمح بتهريب وهروب إخراج رؤوس أموال خارج الدولة بدلاً من استثمارها وتشغيلها وتوظيفها داخل الدولة، وكذلك تشكوا بعض الحكومات من أن بعض عمليات الاستثمار الخارجي تعمل على إيجاد تضخم اقتصادي داخل الدولة وتقلل الشركات الأجنبية والخارجية من توفير رؤوس الأموال لدعم الصناعة المحلية ولا تقوم في بعض الأحيان الشركات الخارجية بالمساهمة في تطوير وتنمية الاقتصاد المحلي والوطني والقومي والداخلي لهذه الدولة.

وبناء على ما سبق فقد لجأت بعض الحكومات إلى وضع شروط تجارية واتفاقيات وعقود محددة على هذه الشركات الأجنبية أثناء قيامها بعمليات الاستثمار الأجنبي داخل الدولة، كما وضعت قوانين للرقابة ولضبط الأعمال التي تقوم بها الشركات الأجنبية، كما شجعت المصانع المحلية على الاستغلال الأمثل لوجود هذه الشركات الخارجية لدى هذه الدولة والاستفادة من مواردها وخبراتها وآلاتها ومعداتها التكنولوجية المتطورة. وهذا ما جعل كثير من الشركات العالمية والشركات متعددة الجنسيات تعزف عن الاستثمار الأجنبي في الدول الخارجية نظراً للرقابة التي فرضت على أعمال وأنشطة وممارسات الشركات الخارجية والأجنبية.

وقد سارعت بعض الدول إلى فرض قوانين محددة وشروط معينة أمام الاستثمار الأجنبي للشركات الدولية والعالمية في الدول المستضيفة فقامت هذه الدول بوضع رقابة على الأسعار والرسوم الجمركية والتعرفات والضرائب، كما خفضت من المزايا والمنح والتسهيلات الجمركية وفرضت رسوم جمركية وتعرفات ضريبية على الشركات الأجنبية أثناء قيامها بالاستيراد لنفس البضائع والسلع المتواجدة والمتوفرة في الأسواق المحلية.

كما قامت هذه الدول بتحديد مبلغ معين يفرض على الشركات الأجنبية في حال توظيفهم للعمالة الخارجية من خارج الدولة المستضيفة لهذه الشركات.

كما فرضت هذه الحكومات على الشركات الخارجية رقابة أمنية، حيث تخضع السلع والمواد والأدوات والآلات والمعدات والأجهزة والأصول في الفحص والتفتيش والدقة الأمنية خوفاً من تسرب أو حصول فوضى سياسية أو المساهمة في ترويج بضائع أو سلع محرمة دولياً.

كما شجعت هذه الحكومات تنمية الاقتصاد المحلي وتشجيع الاستثمار الداخلي، وشجعت الاستهلاك للسلع والبضائع المحلية.

كما وضعت بعضاً من هذه الحكومات ضوابط لعمليات التجارة الدولية، وضوابط وقوانين لعمليات التحويل المالي الداخلي والخارجي للحد من التأثير السلبي على العملات الوطنية، حيث إن الهدف من السيطرة والرقابة على عمليات التحويل المالي الداخلي والخارجي هو تحكيم الاقتصاد المحلي وتشجيع الصناعات الوطنية وتخفيض حدة الاستهلاك الخارجي والتقليل من الاستيراد وتشجيع عمليات الإنتاج والتصنيع المحلي والوطني.

ومن ذلك فقد قامت كثير من الدول بالاتفاق حول شروط دولية للتجارة الدولية والاستثمار الأجنبي والخارجي فشكلوا منظومة متكاملة من القوانين والاتفاقيات الدولية المتعلقة بالاستثمار الأجنبي.

الفصل الخامس

الصعوبات التي تواجه منظمات الأعمال الدولية

هناك مخاطر وصعوبات تواجه بيئة الأعمال الدولية والأسواق العالمية والمنظمات المالية والتجارية، فلا بد من الاهتمام بمختلف أنواع البيئات التي تحيط بالشركات والمنظمات والأسواق الدولية.

كما لا بد من معرفة كيفية التعامل مع القوانين السياسية والبيئات الأخرى المتعددة بشكل عميق، كما لا بد من معرفة ما هي المخاطر المحتملة الحدوث أمام الشركات والمؤسسات والمنظمات، فلا بد من وضع ودراسة قوانين وقرارات إدارية وخطط شاملة بعيدة المدى خاصة بالاستثمار الخارجي، كما يجب معرفة قوانين الدول الأخرى أثناء قيام الشركات بعمليات الاستثمار الخارجي، فينبغي إدراك ومعرفة وتحليل والقيام بالتكيف والتأقلم مع القوانين والقيود التجارية والإدارية المختلفة المفروضة على الشركات الأجنبية، كما يجب أن تضع الشركات والمنظمات خططاً إستراتيجية كاملة وشاملة للابتعاد عن المخاطر، ومعرفة الاحتمالات المتوقعة الحدوث في المستقبل.

إن على الشركات والمنظمات الدولية أن تدرس عناصر البيئات المختلفة التي تؤثر على أعمال الشركات. كما يجب عليها أن تهتم بالعوامل السياسية وتدرك العناصر المتعلقة بالبيئة السياسية في الدول الأخرى التي ترغب الشركات الدولية في الاستثمار فيها، كما يجب على هذه الشركات أن تهتم بدرجة استقرار الأنظمة السياسية القائمة في الدول نظراً لتأثير القوانين السياسية والعوامل السياسية والتغيرات السياسية على أعمال الشركات، كما يجب على الشركات معرفة أنواع وأشكال وقوانين الأنظمة السياسية المختلفة في الدول بهدف إدراكها ودراستها معها، كما يجب وضع خطط شاملة ومستقبلية قصيرة المدى ومتوسطة المدى وبعيدة المدى لممارسة الأعمال التجارية في مختلف دول العالم، بحيث أن الأنظمة

الديمقراطية الحديثة تشجع على الاستثمار الأجنبي والخارجي خلاف الدول الديكتاتورية والأنظمة السياسية المتسلطة والتي تعمل على إفقار وإبادة شعوبها، فعلى المهتمين بالتجارة الخارجية والأعمال الدولية تحليل الأنظمة الدولية القائمة المرغوب في الاستثمار فيها، كما يجب الاهتمام بالعوامل المؤثرة والقوى المحيطة بالشركات أثناء دخولها في الدول وممارستها للأعمال التجارية، وذلك بهدف التقليل من درجة المخاطر ومعرفة كيفية التعامل مع القوانين المختلفة.

كما أن المخاطر والصعوبات والعقبات البيئية المختلفة هي عبارة عن تغيرات مفاجئة وقوانين إدارية وحكومية جديدة تفرض على الاستثمار الأجنبي والشركات الدولية مما قد يضر بالأعمال الدولية والتجارة والاستثمار الأجنبي.

وقد يكون الغرض من فرض قوانين إدارية جديدة على الشركات المستثمرة الأجنبية هو زيادة القيود وفرض الضرائب وتحقيق الرقابة لكل أعمال الشركات الأجنبية، فهناك قيود تفرض على الشركات تتعلق بالأعمال التجارية والإدارية التي تمارسها الشركات الأجنبية وهناك رقابة وقيود على الشركات الأجنبية تتعلق بالأنشطة والممارسات والصناعات والتحركات اليومية والقرارات الإدارية لهذه الشركات الأجنبية.

كما أن هناك قيود ورقابة إدارية وحكومية وقوانين ضريبية جديدة تفرض على الشركات الأجنبية تتعلق بعمليات التجارة الخارجية وعمليات الاستيراد والتصدير ونقل البضائع والسلع من وإلى الأسواق المحلية والخارجية.

كما لا بد وأن تتأقلم الشركات الدولية والمنظمات المستثمرة والراغبة في الاستثمار مع التوجهات المختلفة والقوانين السياسية والحكومية داخل الدولة المعنية بالاستثمار، كما لا بد من معرفة الرسوم الجمركية ونسبة الضرائب والقيود المتعلقة بالأعمال والقوانين الخاصة بالتشغيل والقوانين الإدارية والقيود المفروضة

على الاستثمار الأجنبي، والقوانين التي تحدد اتفاقيات التعامل مع الأجانب والشركات الأجنبية.

كما يجب أن ندرك بأن عملية الاستثمار الأجنبي والخارجي المباشر في دولة أخرى لا يمكن الخروج منه بسهولة كما لا يمكن الانسحاب من عمليات الاستثمار الأجنبي بشكل مبسط، كما لا يمكن نقل الآلات والوسائل التكنولوجية والمعدات والأدوات المتطورة من دولة إلى أخرى بشكل يسير، كما أن الاستثمار الأجنبي والخارجي الذي تقوم به الشركات الدولية والعالمية يهدف للاستثمار وتشغيل رؤوس الأموال والاستفادة من الموارد والمصادر الطبيعية الخارجية لعدة سنوات طويلة كما يكلف عمليات الاستثمار الأجنبي الشركات الأجنبية الكثير من التكاليف المادية من شراء أراضي ومباني وإعداد المباني ونقل الآلات والأدوات والمعدات لممارسة الأعمال التجارية.

فهناك مخاطر وصعوبات وعوائق دينية واجتماعية وثقافية تقف أمام الشركات الأجنبية كما أن هناك مخاطر سياسية وعسكرية قد تشكل عائقاً أمام ممارسة الأعمال بحرية في الشركات الأجنبية، كما أن بعض الحكومات تفرض ضوابط ورقابات مختلفة على التحويل المالي الخارجي، وكذلك تفرض رقابة وقوانين على الأنشطة والعمليات والفعاليات التجارية والمالية والإنتاجية والصناعية مما قد يشكل عبئاً على الشركات الأجنبية، كما أن هناك قوانين حكومية تفرض على الشركات الخارجية والأجنبية تتعلق بالأجور والمرتبات والمصاريف التي يتقاضاها الموظفون في هذه الشركة الأجنبية كما تفرض رسومات جمركية وضرائب وتعرفات مالية على الإنتاج والصناعات الذي تقوم به الشركات الأجنبية، كما تخضع بعض الشركات الأجنبية للقيود والرقابة المالية من قبل بعض الحكومات في الدول التي تعمل فيها الشركات الخارجية، كما أن هناك بعض الحكومات تقوم بـ (التأميم)، و(التأميم): هو نقل ملكية كل الشركة الأجنبية وما تملكه من

مصانع وموارد مادية ومعدات وأصول مالية ومعنوية من الشركة الأجنبية الخاصة والمستثمرة إلى الملكية الخاصة بالدولة لتصبح ملكاً خاصاً بالدولة.

وهناك عدة مخاطر وصعوبات محتملة الحدوث أمام الاستثمارات الأجنبية ومن هذه المخاطر والصعوبات ما يلي:

1. الاختلافات السياسية في الدولة.
2. التنافس الشديد بين عدة شركات أجنبية في الدولة الواحدة.
3. الرقابة المفروضة على الممارسات التجارية.
4. القيود المفروضة على الملكية.
5. قيود التحويل الخارجي.
6. الرسوم الجمركية المفروضة على الاستثمار الخارجي.
7. القيود المفروضة على عمليات التجارة الدولية.
8. منع تحويل الأموال الأجنبية خارج الدولة.
9. فرض رسوم جمركية وتعرفات ضريبية على الإنتاج الأجنبي.
10. انتقال الملكية للدولة من الشركة الأجنبية بالتدرج وفقاً للعقد الإداري والتجاري المبرم بين الشركة الأجنبية والحكومة والدولة المستثمر فيها والمستضيفة لهذه الشركة الأجنبية.

فلا بد من معرفة المخاطر والصعوبات المحتملة في أي دولة من الدول، كما لا بد من معرفة التغيرات الاجتماعية والعادات الثقافية المتنوعة داخل كل دولة من هذه الدولة، كما لا بد من معرفة سياسة الدولة تجاه الاستثمار الأجنبي والخارجي، وما هو الوضع الراهن للأوضاع والظروف الاقتصادية داخل الدولة، وما هي الاختلافات والخلافات المحتملة الحدوث في المستقبل، وما هي درجة الخسائر أو الصعوبات أو المشاكل على المدى القريب والبعيد أثناء ممارسة الشركة الأجنبية لأعمالها، كما يجب أن تعرف الشركات الأجنبية التغيرات المناخية المحتملة الحدوث

داخل الدولة المرغوب في الاستثمار فيها فيمكن إرسال فريق من الخبراء والمتخصصين للقيام بالمسح الميداني والمعاينة والتجربة العملية لمعرفة درجة المخاطر المحتملة الحدوث أثناء القيام بعمليات الاستثمار الأجنبي في إحدى الدول، كما يجب تشكيل فريق من الخبراء والمدراء والتداول وجهات النظر فيما بينهم للوصول إلى قرارات سليمة بشأن الاستثمار الأجنبي في دولة من الدول من عدمه، كما يجب تحليل المخاطر ومعرفة احتمالية حدوث المشكلات في المستقبل أمام الاستثمار الأجنبي في هذه الدولة والتمحيص والتدقيق في الظروف الاستثمارية العالمية ومعرفة الظروف البيئية المختلفة في داخل الدولة المراد الاستثمار فيها والدخول إليها ومعرفة نوع الحكومة والقوانين السياسية المعمول بها في هذه الدولة.

كما يجب على الشركات متعددة الجنسيات وعلى شركات الاستثمار الأجنبي والخارجي مراعاة ومعرفة وتحليل وإدراك العوامل الاجتماعية والمتغيرات الثقافية والعادات والقيم والأخلاق في المجتمعات والشعوب داخل كل دولة من الدول.

كما يجب الاهتمام بمعرفة التكاليف المالية والأعباء الضريبية المفروضة على الأعمال الدولية، كما يجب الاهتمام بمعرفة المنافسين والأسواق الجديدة المحتمل الدخول فيها.

كما يجب على الشركات الأجنبية والخارجية أن تعمل على التخفيف من حدة العوائق والصعوبات التي تقف أمامها وأن تجد حلولاً مناسبة للمخاطر والمشكلات المحتملة الحدوث، سواء أكانت هذه المشكلات في الإنتاج أو في التصنيع أو في ممارسة الإدارية والتجارية أو في سياسات التجارة والأنشطة التجارية والاقتصادية والمالية، كما يجب على الشركات الأجنبية أن تحافظ على العلاقة الدائمة والطيبة مع مختلف الحكومات والدول وتترك انطباعاً إيجابياً وأثراً كبيراً في الدولة التي تمارس فيها نشاطاتها التجارية.

كما يجب أن لا تقوم الشركات الأجنبية بالمضاربة على المنتجات المحلية وإحداث خسائر في الأسواق المحلية، بل يجب أن تقوم الشركات الأجنبية بتشجيع الصناعات المحلية ودعم المنتجات والمصانع والتجارة داخل الدولة المستضيفة لها، وتتحدد العلاقات والقوانين التجارية والإدارية بين الشركات الأجنبية والدول المستثمر فيها وفقاً لقوانين وعقود واتفاقيات إدارية وتجارية يتم الاتفاق عليها وإبرامها بين الطرفين والتراضي عليها في كافة الأمور المتعلقة بالأعمال والنشاطات والاستثمارات والصناعات والعمالة والتوظيف ونقل الملكية بشكل تدريجي وتدريب الموظفين والعاملين والعمل على القضاء على البطالة والتخفيف من حدة الفقر وإيجاد حل للمشكلات الاقتصادية والاجتماعية داخل الدولة.

كما تقوم بعض الدول التي تهتم بالتشجيع على الصناعات والاهتمام بالمصانع بالتعاون والتعاقد مع شركات ومنظمات تأمين للتخفيف من حدة الخطر وكذلك تقوم بعض الحكومات بالتعاون بنوك خاصة بالاستيراد والتصدير ومنظمات خاصة بالتجارة الدولية والاستثمار الأجنبي الخارجي وتقوم بتوفير ضمانات لهذه الاستثمارات الجديدة لمساعدة الشركات الأجنبية على ممارسة أعمالها التجارية بشكل واسع، كما تعمل هذه المنظمات على التخفيف من الخسائر والتقليل من المخاطر الناجمة عن التغيرات المناخية أو التقلبات السياسية أو الحروب المفاجئة من الانقلابات العسكرية، كما تساعد هذه الشركات والمنظمات والهيئات على التوسع في عمليات الاستثمار الأجنبي والخارجي.

وهناك عدة أشكال للاتفاق والتعاون الدولي فيما بين الحكومات والشركات الأجنبية، وذلك بهدف التخفيف والتقليل والتخفيض من المخاطر المحتملة الحدوث، ولذلك فإن بعض الدول قد تلجأ إلى عقود المشاركة والاشتراك بنسب معينة على الربح والخسارة مع الشركات الأجنبية، كما تقوم دول أخرى بمنح تراخيص لمزاولة الأعمال والأنشطة التجارية للشركات الأجنبية.

وتقوم بعض الشركات الأجنبية والخارجية بالمرونة والتأقلم والتكيف مع القوانين والظروف الحكومية في مختلف الدول وتتعمد استراتيجيات مرنة في التعامل مع الدولة المستضيفة للشركات الأجنبية، كما تقوم بعض الحكومات بفتح طرق جديدة للتعاون والاتفاق على الاستثمار الأجنبي والخارجي دون أن تعيق عمل الشركات الأجنبية، كما تقوم بعض الشركات الأجنبية بفتح عدة فروع ومراكز في مختلف أنحاء العالم ومنح كل فرع القرارات الإدارية دون ضغوط أو رقابة ولا قيود، وفي مقابل ذلك تعمل الكثير من الشركات على التأقلم والتكيف مع المتغيرات البيئية وتقوم بإقامة علاقات عملية وإدارية واجتماعية مع مختلف المؤسسات الحكومية في الدولة وتحدث انسجاماً مع مختلف الطبقات الاجتماعية داخل الدولة متخطية بذلك القوانين الإدارية والمخاطر السياسية وساعية إلى فتح توجهات جديدة للإنتاج في المستقبل بجانب اهتمامها بالموارد المالية والبشرية، كما تهتم بعض الشركات الأجنبية برؤوس الأموال المحلية وتعمل على تنمية الاقتصاد المحلي والداخلي للدولة وتقوم بتشغيل المشروعات وفتح مصانع جديدة دعماً للاقتصاد المحلي والوطني، كما تهتم بتنمية المهارات البشرية وتنمية الخبرات والاستفادة من الأيدي العاملة المحلية مما يعطي الشركات الأجنبية ثقة لدى الشعوب والمجتمعات والدول والحكومات لممارسة أعمالها بشكل واسع دون رقابة أو قيود أو عوائق إدارية أو سياسية.

القاعدة الذهبية السابعة للأعمال الدولية:

أشكال التعاون التجاري والاتفاق الإداري:

وهناك عدة أشكال للتعاون التجاري والاتفاقيات الإدارية التي يتم الاتفاق عليها بين الشركات الدولية والأجنبية والحكومات المستضيفة لهذه الشركات الخارجية.

ومن هذه الأشكال التعاونية للتجارة الدولية ما يلي:

1. المشاركة والاشتراك في رأس المال.
2. منح تراخيص الأعمال لمزاولة النشاطات التجارية.
3. النقل التدريجي للملكية.
4. الاستثمار الأجنبي الخارجي المباشر دون فرض قيود وأعباء جديدة.
5. قيام بعض الشركات الدولية بالمرونة والتأقلم والتكيف مع القوانين الإدارية المفروضة عليها من قبل بعض الحكومات.
6. قيام بعض الحكومات بتشجيع الاستثمار الأجنبي مع فرض قيود إدارية بسيطة.
7. قيام بعض الدول بالحفاظ على العلاقات الواسعة مع كثير من الشركات الأجنبية والخارجية.
8. قيام بعض الدول والحكومات بالتعاون مع الشركات الأجنبية في حل المشكلات والقضايا التي تعيق عمل الشركات الأجنبية.
9. تشجيع بعض الدول للصناعات الدولية والمحلية على حد سواء.
10. قيام بعض الحكومات بالتخفيف والتقليل من حدة المخاطر السياسية والاقتصادية التي تقف عائقاً أمام الشركات الأجنبية.
11. المشاركة في رأس المال المحلي مع رأس الأجنبي.

12. التعاون فيما بين الدول والشركات الأجنبية على توظيف الأيدي العاملة المحلية.

13. رغبة بعض الدول والحكومات في جلب وجذب الاستثمارات الأجنبية والخارجية لها داخل الدولة مع التشجيع على مزاولة الأنشطة الصناعية والتجارية.

14. قيام بعض الدول والحكومات بحل الخلافات والمشكلات التي تقف عائقاً أمام الشركات الأجنبية.

15. إيجاد علاقة تعاونية وتكافلية بين الشركات الأجنبية والدولة المستضيفة لها.

16. إيجاد حلول مناسبة ترضي الطرفين أثناء ظهور مشكلات أمام الشركات الأجنبية.

مثال إداري نموذجي هام رقم (1):

وسنذكر فيما يلي مثالاً على المخاطر والمشكلات المحتملة الحدوث والممكنة الظهور أمام الشركات الدولية حيث أنه من المعروف لدى المجتمع الأمريكي بأنه مجتمع راقي ويرغب بشراء واقتناء سيارات عالية الجودة فارهة المنظر ومريحة وواسعة وكبيرة الحجم، والمصانع الأمريكية للسيارات اهتمت بتوفير سيارات كبيرة الحجم وواسعة وذات جودة راقية تتناسب مع ذوق المجتمع الأمريكي، إلا أنه بسبب البطالة التي أصبحت تعاني منها كثيراً من المجتمعات وعلى رأسها المجتمع الأمريكي، إضافة إلى ارتفاع أسعار النفط والوقود فضلاً عن الأزمة الاقتصادية العالمية والتي بدأت منذ بداية عام 2008م وهي مستمرة إلى يومنا هذا من نهاية عام 2011م.

وبسبب هذه الأعمال وتغير الظروف على المجتمع الأمريكي فقد فضل الكثير من المستهلكين في أمريكا أخذ وشراء واقتناء صغيرة الحجم تؤدي الغرض

المطلوب من الأعمال اقتصادية الاستهلاك فتوجهوا إلى الرغبة في اقتناء سيارات يابانية من اليابان مما أدى إلى التأثير على المصانع الأمريكية للسيارات وسلباً والتأثير على المصانع اليابانية للسيارات إيجاباً، وبسبب ما سببته هذه التغيرات المفاجئة على المصانع الأمريكية للسيارات الأمريكية فقد سارعت الشركات الأمريكية ومصانع السيارات الأمريكية إلى المطالبة برفع الجمارك والضرائب المفروضة على السيارات اليابانية متقدمين للجهات المختصة بحجة الإضرار التي سببته الشركات اليابانية للسيارات للصناعة المحلية الخاصة بالسيارات الأمريكية، إلا أن القضاء الأعلى والوكالات الدولية والجهات المعنية في أمريكا رفضت هذا الطلب، ثم توجهت الحكومة الأمريكية بممارسة الضغوط على الحكومة اليابانية وذلك بخفض وتقليل تصدير السيارات الأمريكية إلى اليابان.

مثال إداري نموذجي هام رقم (2):

كما أن هناك مثالاً آخر يجسد لنا درجة التعاون التجاري العالمي في المجتمع الأوروبي، فمن المعروف أن الدول الأوروبية بشكل كامل تسعى دائماً لأن تصبح دولة موحدة وتشكل فيما بينها اتحاداً دولياً يتم الاتفاق عليه من الناحية الاقتصادية والتجارية والعسكرية والمالية وقد بدأت منذ سنوات طويلة نحو التعاون والتكامل الاقتصادي والتجاري ساعية إلى إيجاد اتحاد عالمي فيما بينها وتسعى أيضاً إلى إزالة العوائق والصعوبات الاقتصادية والسياسية فيما بين هذه الدول الأوروبية المتعددة حتى بلغ بهم الحال إلى التوحد والاتحاد والاتفاق والاجتماع على إصدار عملة واحدة وإزالة الصعوبات التجارية والنقدية والاقتصادية والمالية فيما بين الدول الأوروبية، وتشجيع اقتصاد كل دولة من الدول والاتفاق على قوانين للتجارة الدولية وتشجيع الصناعات الأوروبية المختلفة في هذه الدول الأوروبية كاملة، والاتفاق على زيادة الضرائب والتعرفات المالية الإضافية على الدخان والمشروبات الكحولية وإزالة العوائق والجمارك والتعرفات

الضريبية على المنتجات والصناعات الأخرى، كما تعاونت الدول الأوروبية على الاهتمام بالأيدي العاملة والاستغلال الأمثل للموارد البشرية المختلفة في جميع الدول الأوروبية. كما اتفقت الدول الأوروبية على برامج متخصصة في التدريب والتطوير العملي والوظيفي والمهني والإداري، كما شجعت الدول الأوروبية كاملة على الاستثمار الأجنبي والخارجي لديها، ووضعت لوائح خاصة بالتراخيص المتعلقة بالاستثمارات الأجنبية وإنشاء مشروعات جديدة مساعدة للشركات الأجنبية على الاستثمار الخارجي ومقدمة تسهيلات ومزايا ومكافآت ومنح مقابل الاستثمار والتجارة الدولية والخارجية والدخول في الأسواق العالمية.

وبشكل عام فإنه الدول الأوروبية مجتمعة تسعى بشكل جاد منذ عام 1990م إلى عامنا الحالي 2011م رغم مرورهم بالأزمة الاقتصادية العالمية إلى تشكيل كتلة اقتصادية واحدة وإقامة منظومة تجارية أوروبية يتم الاتفاق عليها والإجماع من قبل جميع الدول الأوروبية.

الفصل السادس

بحوث التسويق الدولية وأهميتها في إدارة المنظمات الدولية العالمية

إن أكثر ما يجب الاهتمام به في منظمات الأعمال الدولية أثناء قيامها بالتجارة الدولية وممارسة أعمالها بنشاطاتها بشكل عالمي، ودخولها في أسواق جديدة دولية هو الاهتمام بمجال بحوث التسويق الدولية ومعرفة مجالات التسويق العالمية ودراسة الأسواق الجديدة الأجنبية والخارجية.

وبشكل عام فإن أنشطة التسويق الدولي تقوم على عدة متغيرات وعوامل وأسس تسويقية وإدارية وتجارية مختلفة كما تؤثر في بيئة التسويق الدولية العديد من البيئات الداخلية والخارجية والكثير من المؤثرات والعوامل المعقدة التجارية والاقتصادية والإدارية والمالية والسياسية وغيرها الكثير.

وهناك عدة أساليب مختلفة وسياسات متعددة يعتمد عليها المدراء أثناء قيامهم بعمليات الاستثمار الأجنبي، ويقوم بدراستها وتحليلها ومعرفة المخاطر المحتملة الحدوث منها والمشكلات الناجمة عنها المسوقون الدوليون وخبراء التسويق الدوليين والمدراء المتخصصين في الأسواق المحلية والأجنبية.

حيث أن التسويق الدولي يتأثر بعدة مؤثرات خارجية وداخلية، منها متغيرات وعوامل ومؤثرات اجتماعية وسياسية وقانونية.

وتشكل جميع هذه العوامل والمؤثرات مع مختلف البيئات عائقاً أمام الأسواق الدولية وتقف في طريق الأسواق الجديدة الأجنبية كما تعيق عملية التسويق الدولي.

وحتى تستطيع المنظمات الدولية الوصول إلى استراتيجيات تسويقية عالمية لا بد وأن تتغلب على جميع المؤثرات والعوائق والصعوبات التي تقف أمامها، وقد واجهت كثير من الشركات الدولية والعالمية والشركات العالمية الكثير من المشكلات وذلك نظراً لإخفاقها في عمليات التحليل والدراسة للمتغيرات البيئية

التسويقية المحلية والدولية والخارجية، فهناك حدة تنافسية شديدة بين الأسواق الأوروبية والأمريكية، وهناك شركات عالمية تسعى إلى التنافس القوي والحصول على الأرباح العالية بأي طريقة من الطرق متحملة للمخاطر المحتملة الحدوث وراغبة في الدخول في الأسواق الأجنبية والخارجية الجديدة دون التحيز لسوق عن آخر أو الاكتفاء بالتواجد في سوق عن غيره، وهذا ما عكس حال الشركات الدولية الناجحة، حيث استعدت وخاطرت في الدخول في الأسواق الجديدة وتهيأت للانتشار في الأسواق الأجنبية، وخاضت رغم كل الصعوبات والمخاطر بيئات التسويق الخارجية، وذلك بهدف تنمية وتطوير منتجاتها ومصانعها وزيادة أرباحها وتنمية مواردها المالية وتطوير مواردها المادية والبشرية وترويج سلعها ومنتجاتها وتقديم خدماتها بشكل دولي وعالمي في كثير من الأسواق العالمية والدولية، وهذا ما تتطلبه الشركات الأجنبية لممارسة أعمالها الدولية بشكل واسع وذلك بفضل ما تقوم به الجهات المختصة بالتسويق الدولي وبحوث التسويق الدولي العلمية الجادة والمسئولة وما توفره من معلومات دقيقة وصحيحة عن الأسواق الأجنبية والخارجية، فتوفر بحوث التسويق الدولي معلومات حقيقية وأرقام وبيانات عن الأسواق الأجنبية في الدول الصناعية كما توفر معلومات صحيحة عن الأسواق في الدول النامية.

كما تقوم بحوث التسويق الدولية بالاستفادة من الخبرات والتجارب التسويقية السابقة المحلية والدولية، وتوفر البحوث التسويقية الدولية لمدراء التسويق الدوليين ولرجال الأعمال في المنظمات العالمية لمعرفة الكثير عن الأسواق الخارجية والأجنبية والقوانين التجارية المختلفة.

فتهتم إدارة الأعمال في الإدارة العالمية والمنظمات التجارية العالمية ببحوث التسويق الدولية لما توفره أبحاث التسويق الدولية من بيانات وأرقام ومعلومات صحيحة ودقيقة عن الأسواق الخارجية والأجنبية، حيث تقوم بحوث التسويق

الدولية بمعرفة قوانين وآليات الدخول في الأسواق الأجنبية والخارجية وكيفية تطوير المنتجات كما تعمل بحوث التسويق الدولية على فهم الأسواق الخارجية والأجنبية وتقوم بتوضيح قوانين واستراتيجيات وطرق الإنتاج والتصنيع والتوزيع والترويج والتسويق الدولي والعالمي في الأسواق الجديدة، كما توفر بحوث التسويق الدولية لإدارات الأعمال الدولية والعالمية المعلومات والبيانات عن الأسواق الأجنبية، كما تفصل كل سوق عن الآخر، وما هي المراحل التي يجب القيام بها للدخول في الأسواق الخارجية، كما تعمل على تحليل المعلومات تحليلاً إدارياً دقيقاً للدخول في المنظمات التجارية والتوسع والانتشار في الأسواق الأجنبية الجديدة.

فيقوم مدير التسويق الدولي أو من معه من فريق العمل التسويقي الدولي المتعلق بالأسواق الدولية ودراسة الأسواق الخارجية بتحديد ومعرفة ودراسة تحليل المشاكل والصعوبات والمخاطر المحتملة الحدوث، كما توضح الغايات والأهداف للشركات الدولية أثناء رغبتها في التواجد والانتشار في الأسواق الجديدة.

كما أن بحوث التسويق الدولية تقوم عن طريق المدراء التسويقيين الدوليين بتوفير المعلومات الكافية والتامة عن الأسواق الخارجية بداية من إعداد بحوث استكشافية أولية لكل سوق من الأسواق الخارجية وتوفر المعلومات عن المخاطر المحتملة الحدوث أثناء ممارسة الأعمال الدولية في هذه الأسواق الجديدة، كما توفر الحلول المناسبة للمخاطر والمشكلات التي تقف عائقاً أمام أعمال الشركات الدولية والأجنبية.

كما أن مدراء التسويق الدوليين في منظمات الأعمال الدولية يقومون باتخاذ قرارات إدارية صحيحة وهي عبارة عن قرارات إدارية تسويقية وهي متعلقة بالأسواق الخارجية والأجنبية.

كما يتم التوصل إلى هذه القرارات التسويقية الصحيحة بالتشاور مع المدراء التسويقيين الدوليين ومدراء منظمات الأعمال الدولية من ذوي الخبرات الإدارية والكفاءات الإدارية العالية.

فيستغل ويسخر مدراء التسويق الدوليين عن بحوث التسويق الدولية أبحاثهم التسويقية الخاصة بالأسواق الأجنبية والخارجية لتحديد ومعرفة ودراسة وتحليل كافة المعلومات والبيانات المتعلقة بنوع الأسواق وعدد الأسواق الأجنبية والخارجية واتخاذ قرار مناسب للدخول في هذه الأسواق الجديدة، ويتطلب معرفة هذه القرارات الإدارية الصحيحة القيام بأعمال ومشاريع وأبحاث تجارية وتسويقية وبحثية وإرشادية لكل سوق من الأسواق مستخلصة النتائج عن كل سوق من هذه الأسواق الجديدة.

ثم يتم اتخاذ قرار يتعلق بالتسويق الدولي وهذا القرار يعتمد على المعلومات التسويقية الدولية عن طريق بحوث التسويق الدولية، فيتم اتخاذ قرار تسويقي دولي خاص بالمنظمات والأعمال الدولية للدخول في سوق أجنبي جديد فيتم اتخاذ قرار استراتيجي كما يتم وضع خطة إدارية متكاملة يتم فيها التفصيل والوضوح والدقة العملية والإدارية والتكتيكية والتفصيلية والتشغيلية أثناء ممارسة الأعمال الجديدة والأنشطة التجارية في الأسواق الأجنبية الجديدة.

كما أن متخذي القرار وصانعي القرارات التسويقية الدولية في منظمات الأعمال الدولية يقومون بالتأكد من المعلومات الصحيحة. كما يقومون بوضع قرارات إستراتيجية وتسويقية وإدارية مختلفة للدخول في الأسواق الأجنبية والخارجية وذلك بالتشاور مع مختلف الإدارات والجهات المسؤولة والإدارات المعنية بالعمليات والفعاليات وممارسة الأنشطة التجارية الدولية.

وتكمن أهمية التسويق الدولي في منظمات الأعمال الدولية من جراء رغبة الشركات الأجنبية للدخول إلى أسواق جديدة وإدخال سلع جديدة في هذه الأسواق، وتقديم خدمات جديدة في الأسواق الأجنبية.

كما تهتم إدارات المنظمات التجارية الدولية والعالمية ببحوث التسويق الدولي لمعرفة سياسة وطرق وأساليب التوسع والانتشار التسويقي الدولي وممارسة التجارة الدولية ووسائل الإعلان والترويج الدولي والتوزيع والتسويق الدولي والعالمي.

القاعدة الذهبية الثامنة للأعمال الدولية:

مراحل اتخاذ القرارات التسويقية الدولية:

فيتم اتخاذ القرارات التسويقية الدولية بجدوى وفائدة المشاركة والدخول في الأسواق الخارجية الجديدة عن طريق عدة مراحل كما يلي:

1. معرفة وتحديد أهداف الشركات والمنظمات التجارية والتسويقية والإدارية.
2. دراسة وتحليل الأسواق الجديدة.
3. اختيار أسواق جديدة للدخول فيها.
4. تقييم الأسواق الأجنبية الجديدة.
5. اتخاذ قرار إداري أخير واستراتيجي بشأن اختيار السوق البديل المراد الدخول فيه.
6. اختيار شكل محدد للدخول في الأسواق الخارجية، إما عن طريق المشاركة أو عن طريق الإنتاج الأجنبي، أو عن طريق الترخيص لممارسة الأعمال الدولية.
7. وضع خطة تسويقية تفصيلية متكاملة أثناء العمل في الأسواق الأجنبية.

8. الدخول في الأسواق الأجنبية الخارجية.

9. التغلب على حدة المنافسة الدولية.

10. المحافظة على المكانة التسويقية في الأسواق الأجنبية.

طبيعة بحوث التسويق الدولية:

هناك عدة أنواع متغيرة ومتنوعة من المعلومات والبيانات المطلوبة بشكل ضروري لإدارة المنظمات الدولية بهدف اتخاذ قرار تسويقي دولي جديد، ويمكن الحصول على الكثير من المعلومات التسويقية والتي تهتم بدراسة الأسواق الأجنبية والخارجية عن طريق بحوث التسويق الدولية والقيام بإعداد دراسات وأبحاث علمية متخصصة في التسويق الدولي.

وهناك فروع في إدارة التسويق الدولي تختص بإعداد بحوث التسويق الدولية على المستوى العام والإجمالي حيث تقوم بدراسة شاملة كاملة لكل البيئات الداخلية والخارجية والأسواق الأجنبية والمحلية والعوامل المؤثرة على الأسواق الأجنبية.

كما أن هناك فروعاً جديدة في إدارة التسويق الدولي تختص بإعداد بحوث ودراسات خاصة بالتسويق الدولي على المستوى الاقتصادي والمالي والتجاري للأعمال الدولية والدخول في الأسواق الأجنبية.

وهناك نوع ثالث من فروع إدارة التسويق الدولي تختص بإعداد بحوث ودراسات تتعلق بدراسة مختلف البيئات الخارجية المؤثرة على الأسواق الأجنبية.

كما أن هناك نوعاً آخر في إدارة التسويق الدولي يقوم بإعداد بحوث تسويقية دولية تختص بدراسة الأنشطة التسويقية والفعاليات التجارية أثناء الدخول في الأسواق الأجنبية.

وبشكل عام ومن منظور كلي فإن بحوث التسويق الدولية في منظمات الأعمال الدولية تقوم بدراسة مختلف العوامل البيئية وتأثير البيئات المختلفة السياسية والاقتصادية والاجتماعية على ممارسة الأعمال الدولية في الأسواق الأجنبية.

فتوفر بحوث التسويق الدولية معلومات شاملة عن حجم وعدد السكان في دولة من الدول ومعدلات الأعمار في مجتمع من المجتمعات وتهتم بحوث التسويق الدولية بدراسات المناخات والتضاريس والتقلبات الجوية المختلفة والعوامل الجغرافية التي تؤثر على أداء المنظمات والشركات والمصانع.

كما تهتم بحوث التسويق الدولية بدراسة البيئة السياسية في كل دولة من الدول كما تعرف نوعية الحكومة والقوانين الحكومية والقيود الضريبية المفروضة من قبل الحكومات على الاستثمار الأجنبي.

كما توفر بحوث التسويق الدولية معلومات متكاملة عن البيئة الاقتصادية والناتج القومي ومعدل التضخم، وميزان المدفوعات، ومعدل الإنفاق الفردي، ومعدلات النمو الاقتصادي، وعمليات التحويل المالي الداخلي والخارجي.

كما تهتم بحوث التسويق الدولية في إدارة الإدارة العالمية والعالمية بدراسة التركيبات الاجتماعية ومعرفة العوامل الاجتماعية ونسبة التعليم في المجتمعات والطبقات الاجتماعية في مختلف البلدان.

كما تهتم إدارة التسويق الدولي بمعرفة وإدراك قوانين الدخول في الأسواق الأجنبية، وتقوم بإعداد دراسة شاملة عن طريق بحوث التسويق الدولي توفر هذه الدراسة المعلومات الكافية عن القيود المفروضة على التجارة الدولية ومعرفة الرسوم والضرائب والجمارك وقوانين الملكية وانتقالها تدريجياً لملكية الدولة.

فتوفر بحوث التسويق الدولي معلومات شاملة عن الأسواق الأجنبية وتقوم بإعداد دراسات متكاملة عن الأسواق الخارجية وحجم كل سوق من هذه الأسواق،

وما هي حدة المنافسة التسويقية في هذه الأسواق، وما هي أنظمة وقوانين التوزيع للسلع والبضائع في الأسواق الجديدة، كما تميز بين أسواق التجزئة وأسواق الجملة وتحيط بكافة المعلومات عن حاجات ورغبات المستهلكين، وتعمل على تحقيق متطلباتهم وإرضائهم.

كما تهتم إدارة التسويق الدولي عن طريق بحوث التسويق الدولية بالمبيعات المحلية والخارجية ونقاط التوزيع والبيع المنتشرة في الأسواق الأجنبية ودرجة تقبل السلع والبضائع والخدمات الجديدة المقدمة والمعروضة في الأسواق الجديدة.

كما تقوم بحوث التسويق الدولية برسم خريطة متكاملة عن خطط البيع ومخططات التوزيع والترويج الدولي للبضائع والسلع المختلفة في الأسواق الأجنبية.

كما تقوم بحوث التسويق الدولية بتوفير معلومات كاملة عن التكاليف المالية والضرائب ومقدار الجمارك والتعرفات الإضافية وتكاليف النقل والتوصيل والشحن والتوزيع والتخزين والإعلان والتسويق الدولي.

كما تقوم إدارة التسويق الدولية بحل المشكلات المتعلقة بالأفراد والموظفين والعاملين والإداريين في الشركات الأجنبية.

كما تهتم إدارة التسويق الدولي في وقتنا المعاصر بالأنظمة المالية الحديثة وتعتمد على الطرق المعاصرة في التعاملات المالية والبنكية والتجارية.

قاعدة الذهبية التاسعة للأعمال الدولية:

قاعدة إدارية هامة خاصة بالمعلومات التسويقية الدولية:

إن عملية تنفيذ مشروع إداري معين يجب أن ينطلق من معلومات تسويقية كافية وصحيحة توفرها بحوث التسويق الدولية بالرغم مما تقوم به بحوث التسويق الدولية فرض تكاليف مادية إضافية للحصول على المعلومات الدقيقة للقيام بعملية

الاستثمار الأجنبي والخارجي، إلا أن لهذه المعلومات التي توفرها بحوث التسويق الدولية أهمية في تنفيذ وتنظيم وتصميم الأعمال والخطط الإدارية والتسويقية، فضلاً عن توفير خبرات جديدة وتهيئ الجهات المسئولة والإدارية للعمل الإداري والتجاري بأسلوب صحيح.

وما تكلفه وتستهلكه إعداد بحوث التسويق الدولي من تكاليف مالية وإدارية كبيرة إلا أنه بحد ذاته يعود بفائدة كبيرة على الشركات بالمعلومات المطلوبة الصحيحة لاتخاذ قرارات إدارية سليمة بشأن الدخول في الأسواق الخارجية والمشاركة في الأسواق الأجنبية.

ملاحظة إدارية هامة خاصة بالبحوث التسويقية الدولية:

إدارة التسويق الدولي تقوم بإعداد دراسات وبحوث تسويقية دولية، وذلك بالاعتماد على الأساليب والطرق البحثية الحديثة والمتطورة بداية من جمع المعلومات الدقيقة والممارسة العملية في التجارة الأجنبية والقيام بالسفر والتنقل والوصول إلى الأسواق الخارجية والأجنبية والدولية، كما تسخر إدارة التسويق الدولي ميزانيات مالية خاصة لإعداد دراسات وبحوث تسويقية دولية.

ما هي المعلومات التي توفرها بحوث التسويق الدولية؟

تقوم أبحاث التسويق الدولية بإعداد وجمع معلومات كثيرة وأرقام وبيانات متعددة عن الأسواق الأجنبية والخارجية.

ثم تقوم بحوث التسويق الدولية بتحريم ما تم جمعه وإعداد من هذه المعلومات والبيانات المختلفة.

ونتيجة للتحليل العلمي للمعلومات التسويقية الدولية فإن هناك معلومات وبيانات أولية أساسية عن الشركات والأسواق الأجنبية، كما أن هناك معلومات

ثانوية يتم الحصول عليها بشكل غير مباشر عن طريق الدراسات والأبحاث التسويقية والإستراتيجية الأخرى المتوفرة.

وتأخذ البيانات الأولية أساساً هاماً لصناع القرار الإداري والتسويقي بغرض وضع خطط شاملة تفصيلية واستراتيجيات تسويقية دولية لممارسة الأعمال الدولية في الأسواق الأجنبية.

كما أن طبيعة المعلومات الأولية في أبحاث التسويق الدولي تهتم بجمع العديد من البيانات والمعلومات والأرقام عن الأسواق الأجنبية وطبيعة كل سوق من هذه الأسواق، كما تهتم أبحاث التسويق الدولي بمعرفة طبيعة القوانين السياسية في كل دولة من الدول كما تهتم أبحاث التسويق الدولي بالعادات والتقاليد الاجتماعية والقيم والثقافات المتعددة بالمجتمع الواحد.

وتكمن أهمية المعلومات والبيانات الأولية والأساسية في أبحاث التسويق الدولي بالطريقة المباشرة والوسائل التي يتم عن طريقها الاتصال المباشر والتواصل الدائم والمقابلات الشخصية والمواعيد للحصول على المعلومات الدقيقة والصحيحة عن طبيعة كل دولة من الدول وطبيعة كل مجتمع من المجتمعات وذلك عن طريق أسئلة مباشرة واستفسارات صريحة تؤخذ من معارف وأشخاص متخصصين على درجة من الثقة والمسؤولية والمعرفة بالأسواق المحلية والأجنبية.

في حين يتم اتخاذ قرارات إدارية وتسويقية بالاعتماد على المعلومات الثانوية التي تم جمعها والحصول عليها من مصادر غير مباشرة لإعداد أبحاث تسويقية دولية جديدة.

وبالجمع والتوفيق بين المعلومات الأولية والأساسية والبيانات الثانوية يتم اتخاذ قرار إداري واستراتيجي وتسويقي صحيح بشأن ممارسة الأعمال الدولية والدخول في الأسواق الأجنبية والخارجية من عدمها.

مصادر بحوث التسويق الدولية:

وهناك عدة مصادر ثانوية يمكن الاعتماد عليها للحصول على المعلومات والبيانات التالية أثناء إعداد أبحاث التسويق الدولي، ومن هذه المصادر الثانوية ما يلي:

1. تقارير منظمة الأمم المتحدة.
2. الإحصائيات الدولية التجارية والاقتصادية الدورية.
3. النشرات الرسمية الدولية.
4. الدراسات العلمية الخاصة بالتجارة الدولية.
5. صندوق النقد الدولي.
6. تقارير بنك التنمية الدولي.
7. تقارير منظمات السوق الأوروبية.
8. تقارير الإحصائيات الدولية عن الزراعة.
9. تقارير الإحصائيات الدولية عن الصناعة.
10. تقارير الإحصائيات الدولية عن التجارة المحلية.
11. تقارير الإحصائيات الدولية عن التجارة الدولية.
12. مؤسسات ومنظمات المال والأعمال الدولية.
13. الجامعات الأكاديمية الأهلية والحكومية.
14. مراكز البحوث العلمية.

وهناك عدة صعوبات تقف عائقاً أمام الحصول على المعلومات الأولية والأساسية والثانوية أثناء إعداد أبحاث التسويق الدولي. ومن هذه الصعوبات: رفض بعض الشخصيات للتعاون في إعطاء المعلومات الصحيحة الشخصية أثناء المقابلة للحصول على معلومات أولية وكذلك وجود مشكلات أمام البيانات

المنشورة للحصول على المعلومات الثانوية لإعداد دراسات وبحوث تسويقية دولية جديدة.

نظم المعلومات التسويقية الدولية:

في ظل تنوع وتعدد وتغير المعلومات والأرقام والبيانات عن الشركات والأسواق الأجنبية والخارجية والهيئات والمصانع المحلية والدولية ومنظمات الأعمال الدولية والعالمية فقد اهتمت منظمات الأعمال الدولية بإنشاء ثلاثة فروع تعتمد عليها الإدارات والشركات والأسواق الأجنبية والمحلية للحصول على المعلومات الصحيحة، وهي كما يلي:

1. إنشاء نظم معلومات متخصصة بالإدارة وسميت (نظم المعلومات الإدارية)، وتم تطوير هذا التخصص وتنميته إلى نظم المعلومات الإدارية الدولية.
2. إنشاء نظم معلومات متخصصة بالمحاسبة وسميت (نظم المعلومات المحاسبية)، وتم تطوير هذا التخصص وتنميته وإضافة المعلومات الواسعة عليه حتى أصبح بشكل منظومة محاسبية متكاملة، وأصبح يسمى (نظم المعلومات المحاسبية الدولية).
3. إنشاء نظم متخصصة بالمعلومات التسويقية بشكل عام، وسميت (نظم المعلومات التسويقية) وقد تم تطوير نظم المعلومات التسويقية أثناء الدخول في الأسواق الأجنبية والخارجية وزيادة أشكال الاستثمارات الأجنبية فأصبح لدينا تخصص جديد يسمى (نظم المعلومات التسويقية الدولية)، والتي تهتم بالكثير من المعلومات التسويقية الصناعية والتجارية وغيرها.

وتهتم أنظمة المعلومات التسويقية الدولية بالتعاون مع منظمات الأعمال الدولية والعالمية في معرفة الشركات والمؤسسات الراغبة في الدخول في الأسواق الجديدة الأجنبية، وتوفر هذه النظم المعلوماتية المتخصصة في التسويق الدولي العديد

من المعلومات والبيانات التسويقية عن كثير من الأسواق الأجنبية الخارجية لقيام الإدارات المسئولة التسويقية في الشركات باتخاذ قرارات صحيحة حول المشاركة الدولية في الأسواق الخارجية.

كما تهتم إدارة التسويق الدولي بالتعاون مع أنظمة المعلومات التسويقية الدولية بتوفير أنظمة متطورة وحديثة للاستفادة من المعلومات الكثيرة والمتعددة عن الأعمال الدولية لاتخاذ قرارات إدارية تسويقية صحيحة.

كما تزود نظم المعلومات التسويقية الباحثين والمدراء والمسوقين الدوليين بالعديد من المعلومات والتطورات والمستجدات عن الأسواق الأجنبية والخارجية.

أسس ومرتكزات نظم معلومات التسويق الدولي:

هناك العديد من المرتكزات التي تعتمد عليها نظم المعلومات التسويقية الدولية الحديثة، من هذه الأسس والمرتكزات ما يلي:

1. امتلاك نظم المعلومات التسويقية الدولية أنظمة معلوماتية حديثة متوفرة دولياً ويمكن الحصول عليها في كثير من الشركات العالمية.
2. الاعتماد على سياسة إنشاء الفروع الجديدة في الأسواق الأجنبية والخارجية وربطها بالمركز الرئيسي للشركة الأم.
3. قيام أنظمة المعلومات التسويقية الدولية الحديثة بالقدرة على التحليل وإعطاء النتائج الصحيحة للمدراء والمسوقين الدوليين ومتخذي القرارات الإدارية والتسويقية.
4. الاهتمام بالتطورات الحديثة في الأسواق الأجنبية.
5. دراسة ومعرفة العوامل المؤثرة على الأسواق الأجنبية والخارجية.
6. دراسة البيئات المختلفة المحيطة بالأسواق الأجنبية والخارجية.

7. الاهتمام بالبيئات المختلفة الداخلية والخارجية المؤثرة على أعمال الأسواق الأجنبية والخارجية.
8. معرفة طرق الحماية والوقاية من المخاطر المحتملة الحدوث أثناء ممارسة المنظمات الدولية لأعمالها ودخولها في الأسواق الأجنبية.
9. توفير العديد من المعلومات عن الأسواق الجديدة.
10. الإعلان عن الوظائف والفرص التجارية والوظيفية في الأسواق الأجنبية والخارجية.
11. توفير المعلومات عن المبيعات للسلع والبضائع للشركات في الأسواق الأجنبية ومعرفة مستويات الأرباح ونسب العوائد المالية للشركات.
12. الاهتمام بالمتغيرات البيئية المفاجئة والعمل على تخطي الصعوبات لحل المشكلات أمام الشركات الدولية.
13. إعداد دراسات متخصصة بالنشاطات الاقتصادية والتجارية، ومعرفة أسعار صرف العملات وقيود التحويلات التجارية المالية والمخاطر التجارية والمالية والاقتصادية المحتملة الحدوث في المستقبل.
14. التأقلم مع الظروف السياسية المتغيرة والقوانين الحكومية الجديدة، وإيجاد قاعدة حصينة واتخاذ قرارات وإجراءات وتدابير مسبقة وقائية للتغلب على الصراعات والخلافات والمشكلات المتعددة السياسية والقانونية والبيئية وغيرها.
15. توفير المعلومات الكافية عن الأبحاث التسويقية وأنشطة بحوث التسويق الدولي، ومعرفة آليات القوانين والاختراع والتطوير والتجديد وطرق استخدام الاسم التجاري والعلامات التجارية المختلفة للشركات.
16. معرفة درجة وحدة المنافسة الدولية في الأسواق الأجنبية والخارجية.

17. توفير المعلومات والبيانات المالية للأسواق والسلع والبضائع والمصانع والشركات والمؤسسات الدولية والمحلية والتجارية.
18. معرفة المعلومات الكافية عن الطرقات الاجتماعية ونسب التعليم وأسس التغيرات الاجتماعية في المجتمعات.
19. توفير المعلومات عن وسائل النقل الدولي والمحلي لكل دولة من الدول.
20. الاهتمام بالتكنولوجيا المستخدمة في الأسواق الأجنبية والشركات الدولية.
21. الاهتمام بالمعلومات الكافية عن تنمية وتطوير الموارد المادية والبشرية.
22. دراسة الظروف الدولية في الأسواق الأجنبية.
23. معرفة التطورات في الاستثمارات الأجنبية الجديدة.
24. وأخيراً توفير المعلومات عن الأوضاع التسويقية في المستقبل.

الفصل السابع

الإدارة المالية الدولية في منظمات الأعمال الدولية

إن الشركات الأجنبية والشركات الدولية والشركات متعددة الجنسية تواجه اقتصاديات متغيرة وظروف اقتصادية متقلبة بسبب وجود العديد من المخاطر المالية الدولية والتقلبات الدائمة في أسعار العملات ووجود أزمات اقتصادية عالمية، ومن أكثر ما يؤثر على أعمال الشركات الدولية والأجنبية هو أسعار الصرف وتغير أسعار العملات والقيود المفروضة على التحويلات المالية الدولية.

ومن هذه الأسس والمنطلقات ينتج لدينا احتمالات متعددة أمام الاستثمارات الأجنبية والشركات الدولية من الناحية المالية والاقتصادية والإدارية.

فهناك احتمالات بتصاعد وتنامي معدلات الخسارة المالية أمام الإدارات المالية الدولية أثناء قيامها بالتعاملات النقدية والمالية الدولية عبر البنوك الدولية وما تتعرض له العملات من تغير في أسعار الصرف والتحويل المالي والنقدي.

حيث أن هناك تقلبات دائمة في أسعار العملات وتغيرات ملحوظة في أسعار صرف النقود مما يؤثر على قيمة الأصول الثابتة المادية الملموسة والسلع والبضائع والمواد المختلفة في الشركات.

وتقوم الكثير من الشركات الأجنبية والشركات الدولية والشركات متعددة الجنسيات باتخاذ تدابير وقائية مسبقة لحماية أصولها المالية المادية الملموسة وغير الملموسة من التراجع أو الخسارة المحتملة الحدوث، فتقوم بإتباع سياسات الاقتراض في الأسواق المالية الدولية بهدف تخفيض نسب احتمالات الخسائر والتقليل من المخاطر الناجمة عن تقلبات أسعار الصرف النقدية، حيث إن الاقتراض النقدي في الأسواق المالية الدولية يحمي الشركات من الخسائر النقدية التي تظهر على تغير أسعار الأوراق المالية، كما أن الأسواق المالية الدولية تسمح للشركات المقترضة بتسديد ديونها بقيمة أقل وتقع المسؤولية المالية على عاتق المدير المالي في الشركات

الدولية بهدف تخفيض مخاطر تقلبات الأسعار أثناء القيام بالصرافة وتخفيض تكاليف الاستثمارات المالية والنقدية، والحصول على تدفقات وعوائد مالية مناسبة.

فقد تتعرض كثير من الشركات إلى تغيرات ملحوظة مالية ونقدية بسبب تقلبات أسعار الصرف النقدي والمالي مما يؤثر على قيمة الممتلكات والأصول والموجودات في الشركات الدولية والأجنبية.

ويحدث التغير في العملات الأجنبية وتتأثر الشركات بهذه التغيرات وذلك عندما تتأثر قيمة العملات النقدية والورقية المالية مقارنة بالعملات الأجنبية أثناء تقلبات أسعار الصرف النقدي مقابل العملة المحلية، فتقوم العديد من الشركات الدولية والأجنبية باتخاذ ووضع استراتيجيات تتعلق بمواجهة الظروف الاقتصادية المتغيرة وذلك بهدف التغلب على تذبذبات وتغيرات مؤشرات أسعار الصرف الخارجي للعملات، كما تقوم الإدارة المالية الدولية في منظمات الأعمال الدولية والعالمية بمراقبة التغيرات والتقلبات في أسعار الصرف النقدية وتعمل على وضع استراتيجيات للتخفيف من مخاطر هذه التغيرات لحماية أصولها من أية آثار سلبية.

وتضع الشركات الدولية والعالمية استراتيجيات للتغلب على تقلبات الأسعار وتقوم بوضع استراتيجيات لمواجهة التقلبات أمام العملات فتتفق مع كثير من الشركات الأخرى بواسطة عقود إدارية وتجارية ضمن تحديد فترة زمنية محددة لوضع سعر محدد مناسب للعملات أثناء قيامها بعمليات التسديد النقدي والمالي، حيث أن تقلبات الأسعار في العملات وصرفها هو أكثر ما يؤثر سلباً على الشركات الأجنبية والخارجية، وذلك أثناء قيامها بعمليات التصدير والاستيراد الأجنبي، خصوصاً أثناء تعاملهم مع شركات في دول الشرق الأوسط.

وقد تم وضع اتفاقيات للتبادل المالي التجاري الدولي وتحديد أسعار للسلع والخدمات أثناء القيام بعمليات التجارة الدولية، وذلك للاحتياط من الخسارة

المحتملة الحدوث في الأسواق الأجنبية. حيث أن بيئة الأسعار غير مؤكدة ومجهولة مستقبلاً فيجب أن تقوم الإدارة المالية الدولية باتخاذ الاحتياطات المالية الدولية ووضع أسعار محددة أمام سعر صرف العملات مقابل العملات الأجنبية بالعملات المحلية، وتقوم بعض الشركات بسياسة تغيير وتنويع العملات الأجنبية التي تعتمد عليها ما بين الدولار واليورو والاعتماد على الذهب وادخاره في البنوك، وذلك لحسم المخاطر المحتملة الحدوث وتخفيض حجم الخسائر الناتجة عن تقلبات وتغيرات أسعار الصرف من العملات، وعندما ترتفع القيمة النقدية للعملات للدول المستثمر فيها والدول المستضيفة للشركات الأجنبية والخارجية مقارنة بالعملة التي تتعامل بها الشركات الأجنبية كالدولار أو اليورو فإنه على الشركات الأجنبية والخارجية أن تقوم بزيادة حجم الموجودات والتقليل من حجم المصروفات لتخطي الخسائر والصعوبات في تقلبات أسعار صرف العملات، وفي حالة ارتفاع قيمة العملات والأوراق النقدية المحلية للدول المستثمر فيها والدول المستضيفة للشركات الأجنبية فإنه يجب القيام برفع مستوى النقد في العملة المحلية للدولة والقيام برفع عمليات الدفع المؤجل للحسابات المدينة والعزوف عن الاقتراض من البنوك المحلية والقيام بالاقتراض من البنوك الدولية، والاعتماد على العملات المحلية والتقليل من التعامل بالعملات الأجنبية والخارجية.

ما هي الاستراتيجيات المالية الحديثة التي تقوم بها الإدارة المالية الدولية؟

إن على الشركات الأجنبية والدولية والشركات متعددة الجنسيات أن تقوم بممارسة أعمالها الدولية والتجارية بأشكال متنوعة تتناسب مع المتغيرات الاقتصادية المتقلبة، فتقوم بإتباع سياسة التنويع والتغيير والتشكيل في ممارسة الأعمال والنشاطات المالية والتجارية في المجالات التمويلية ومجالات التصنيع والإنتاج.

بحيث لو طرأت أي تغيرات مفاجئة على هذه الشركات، فإنها لا تتأثر كثيراً فروع هذه الشركات في الأسواق الأجنبية والخارجية، وذلك بسبب أن ما تواجهه شركة من الشركات من مخاطر محتملة الحدوث لا تواجه بالضرورة بمثله الشركات والفروع الأخرى في الأسواق الدولية، كما أن تنويع وتشكيل مصادر التمويل والتشغيل والإنتاج والعمليات التمويلية التجارية يعمل على التقليل من الخسائر الناتجة عن تغير المواقف والظروف الاقتصادية، كما يعمل بنفس الوقت على رفع مستوى التوفير من رؤوس الأموال والمدخرات العائدة من الاستثمار.

كما يمكن للشركات الدولية والأجنبية والخارجية أن تقوم بالتنويع والتغيير والتشكيل في عملياتها وتعاملاتها المالية المدينة والدائنة للاستفادة من التغيرات في أسعار صرف العملات.

فيمكن أن تتولى شركة من الشركات العمليات المالية للشركات الأخرى في الدولة المستضيفة لهذه الشركات الأجنبية.

كما يمكن أن يقوم فرع من فروع الشركات الأجنبية في الدول الخارجية بدعم وتمويل فرع آخر في دولة أجنبية أخرى.

كما يمكن أن تقوم الشركة الأم والمركز الرئيسي للشركة بتمويل ودعم فرع خارجي لهذه الشركة نفسها في دولة ما.

كما يمكن أن تعتمد بعض الشركات الدولية والأجنبية والخارجية على نظام المشاركة والمساهمة والاشتراك في رؤوس الأموال المحلية في الدولة المستضيفة لهذه الشركات كبديل عن تشغيل رؤوس الأموال الخارجية.

وعلى سبيل المثال لا تشجع اليابان قيام الشركات الأجنبية بالاستثمارات الأجنبية داخل أراضيها، كما لا تشجع الحكومة اليابانية رجال الأعمال اليابانيين على الدخول في المشاركة في الاستثمارات الأجنبية وضم رؤوس أموالهم لشركات خارجية أجنبية خارج اليابان.

كما أن تغير وتقلب أسعار صرف العملات يؤثر على التعاملات النقدية في البنوك.

كما تتأثر قيمة النقود والأوراق النقدية المالية أثناء تقلبات أسعار الصرف من العملات المحلية إلى العملات الأجنبية.

مثال رقم (1):

فمثلاً: يختلف سعر صرف الدولار الأمريكي في المملكة العربية السعودية عن سعر صرف الدولار الأمريكي في الجمهورية العربية السورية.

حيث أن الدولار الأمريكي الواحد (1) $ في السعودية = 3.7 ريال سعودي.

و(100) $ أمريكي في السعودية = 370 ريال سعودي.

وسعر صرف (1) $ أمريكي في الجمهورية العربية السورية = 50 ليرة سورية.

و(100) $ أمريكي في سوريا = 5000 ليرة سورية.

واستكمالاً للإجراءات والاستراتيجيات التي تقوم بها الإدارة المالية الدولية في مواجهة الخسائر المحتملة أثناء تغير سعر صرف العملات في الدول، فإن هناك بعض الشركات التي تعتمد على البنوك الدولية بشكل دائم في تعاملاتها النقدية فتقوم بتسديد التزاماتها المالية عن طريق البنوك الدولية للشركات الأجنبية والخارجية، كما أنه من الاحتياطات الهامة التي تتخذها الإدارة المالية الدولية في منظمات الأعمال الدولية أثناء وجود أزمات اقتصادية عالمية وتغيرات اقتصادية وتقلبات في أسعار صرف العملات بشكل دائم لكثير من الدول هو ابتعادها عن التعاملات الآجلة وإتباعها للمعاملات النقدية الحالية المباشرة والفورية.

وأخيراً فإن هناك بعض الشركات التي تهتم بتخفيض نسب الديون الخارجية وتعتمد على توفير رؤوس الأموال وترقب الفرص التجارية الجديدة في الأسواق

الأجنبية والخارجية في الدول الأخرى وتعمل على خزن وكنز وتركيز مصادرها ومواردها المادية والمالية بشكل عملات نقدية جاهزة في أحد البنوك أو على شكل قطع ذهبية معدنية، كما تعمل على توفير رؤوس الأموال الأجنبية والخارجية للمرحلة المستقبلية وقيامها بنشاطات وأعمال تجارية أخرى جديدة في المستقبل.

الفصل الثامن

المحاسبة المالية الدولية في منظمات الأعمال الدولية

إن الهدف الأساسي من إنشاء وإيجاد أنظمة لعمليات المحاسبة المالية الدولية هو معرفة الوضع المالي والظروف الاقتصادية المالية للشركات ومعرفة مستوى الأداء والإنتاج ونسبة الأرباح والعوائد المالية من ممارسة أنشطة التجارة الدولية.

وتهتم إدارة الإدارة العالمية ومنظمات المال والأعمال العالمية بالمحاسبة الدولية نظراً لأن العمليات المحاسبية المالية الدولية تعتبر أداة فعالة لممارسة الأنشطة التجارية المختلفة وبوضع الخطط التفصيلية للشركات والقيام بعمليات الرقابة الإدارية وإعداد الميزانية العمومية للشركات ومعرفة الموازنة العامة التقديرية في المستقبل للمنظمات والهيئات، وبسبب هذه الأهمية فقد حرصت منظمات الأعمال على إنشاء قسم جديد ضمن الشركات الدولية والأجنبية يختص بالمحاسبة المالية الدولية، وأكثر ما تهتم به هي الشركات الأجنبية والشركات متعددة الجنسيات، وذلك لرغبة هذه الشركات في إعداد ومعرفة الكشوفات المالية الصحيحة التي تعبر عن الأوضاع والظروف المالية والتي تنقل الصورة الصحيحة للأنشطة المالية والعمليات المختلفة، وتنقل الصورة الحقيقية عن مستوى الدخل ومستويات الأرباح وتعرف الإدارات بالالتزامات وتعرف الإدارة المالية والتي تحدثنا عنها في الفصل السابق بالحسابات المدينة والحسابات الدائنة والبضائع ومخزون السلع الذي لديها.

وقد أشرنا في الفصل السابق والتي تحدثنا فيه عن الإدارة المالية الدولية في منظمات الأعمال الدولية عن تأثير وتغيير وتقلبات أسعار الصرف في العملات في الدول الأجنبية والخارجية مقارنة بالعملات المحلية والأجنبية.

وحيث أن هذه العوامل تؤثر أيضاً على المركز المالي للمنشأة فإنه لا بد من إيجاد وإنشاء فرع متخصص بالمحاسبة المالية الدولية للمنظمات المالية العالمية، فتقوم الجهات المختصة بالمحاسبة المالية الدولية بإعداد تقارير مالية دولية جاهزة تكشف عن الموازنة التقديرية العامة في المستقبل، كما تكشف عن حقيقة أرقام ومبالغ الميزانية العمومية للشركة الفعلية والحقيقية وتقوم بتقديم كشف خاص بالدخل، إذ أنه يعتبر من أهم الكشوفات المالية الذي يعبر عن الوضع المالي للشركة، حيث أن كشف الدخل المالي يعبر المصروفات والواردات والأرباح المالية ومعرفة صافي الدخل وقيمة الأصول والموجودات في الشركة كما تعرف الشركة بالالتزامات والخصومات والمطلوبات التي تقع على عاتق الشركة.

كما تنقل الصورة الصحيحة عن عمليات رأس المال المستثمر والأرباح والعوائد وتحدد الوضع المالي الصحيح للشركة. حيث أن المصدر الأساسي للمعلومات المحاسبية والتقارير المالية للشركات هو كشف الميزانية العمومية وكشف الدخل وكشف الموازنة العامة والتقديرية، إذ أن هذه الكشوفات والتقارير ترشد الإدارات العليا والإدارة المالية الدولية إلى معرفة نسبة الأرباح ومعرفة الديون والالتزامات ونسبة الأرباح مقارنة بحجم رأس المال.

كما تفيد هذه التقارير بالتحليل المالي لمعرفة الوضع المالي الصحيح للشركة، بحيث أن بعض الشركات تقوم بتوزيع الأرباح على المساهمين وأصحاب رؤوس الأموال الخارجية المشاركة في هذه الشركات.

وتقوم بعض الشركات بتجميع هذه الأرباح لعدة سنوات ومن ثم دفعها إلى الجهات المستحقة.

وتهدف هذه الشركات التي تقوم بتجميع الأرباح وادخارها إلى إيجاد احتياطي مالي للمستقبل وذلك لمواجهة التقلبات الاقتصادية السارية.

حيث أن الشركات الأجنبية والشركات متعددة الجنسيات تقوم في أساسها على أساس جمع رؤوس الأموال المختلفة من مصادر متعددة من مستثمرين محليين ودوليين.

وبشكل طبيعي فإن هؤلاء المستثمرين يسعون إلى معرفة مصير أموالهم ونسب أرباحهم ومقدار ما حققته رؤوس أموالهم من عوائد وفوائد مالية نظير دخولهم ومشاركتهم ومساهمتهم المالية مع إحدى الشركات، وهذا ما تقوم به الجهات المختصة المالية في مكاتب المحاسبة الدولية بإشراف الإدارة المالية الدولية بتقديم الكشوفات المالية الصحيحة لتوضيح معدلات الأرباح ونسب العوائد المالية.

قاعدة إدارية هامة خاصة بالمحاسبة المالية الدولية للشركات العالمية:

تقوم بعض الشركات الدولية والأجنبية خصوصاً تلك الشركات الأجنبية التي تتواجد في دولة ما ويكون لها فروع أخرى في دول خارجية بعملية دمج للحسابات وتوحيد للكشوفات المحاسبية وترتيب وتنسيق كشوفات مالية واحدة للشركة الأم والمركز الرئيسي مع الفروع المتعددة لهذه الشركة.

وتأتي هذه الخطوة كخطوة ثانية بعد إعداد كشوفات مالية خاصة بكل فرع من فروع الشركات على حدة ومع الاحتفاظ بالكشوفات الخاصة بكل فرع من الفروع لهذه الشركات، فإنه تقوم الإدارة المالية الدولية بالتعاون مع مكاتب وموظفي المحاسبة المالية الدولية بإعداد نوعين من الكشوفات والتقارير المالية.

الأول: كشوفات وتقارير مالية مفصولة وخاصة وجاهزة لكل شركة ولكل فرع من فروع هذه الشركات.

الثاني: دمج هذه الكشوفات والتقارير المالية وجعلها في كشوفات مالية واحدة تابعة لكل شركة من الشركات لمعرفة المركز المالي الإجمالي العام للمركز

الرئيسي للشركة وفروع هذه الشركة مع الاحتفاظ بالكشوفات السابقة التفصيلية عن كل فرع من الفروع.

وقد تمتلك الشركة الأجنبية الخارجية والمركز الرئيسي لها نصف رأس المال من الشركات الأخرى الخارجية الفرعية التابعة لها، أي نسبة 50٪ للمركز الرئيسي و50٪ للفرع.

وقد تمتلك الشركة الأجنبية عن طريق المركز الرئيسي لها نسبة 51٪ من رأس المال وتكون نسبة الفرع الخارجي للشركة هو49٪ مما يشكل لديها شركات مختلطة بالتعاون مع أنظمة الحكومات والشركات الخاصة.

كما تقوم الجهات المعنية بالمحاسبة المالية الدولية بالتصريح والتوضيح عن نسب الربح والخسارة الناتجة عن أنشطة الشركة التجارية والمالية المختلفة.

كما أن الجهات المعنية بالمحاسبة المالية الدولية تهتم بتصريحات وتوضيحات كل فرع من الفروع الخارجية التابعة للشركات نظير قيامها بعمليات التبادل والتغيير المالي والنقدي للعملات، فتقوم المحاسبة المالية الدولية بمعرفة أسعار العملات الأجنبية في حسابات الفروع ومقدار وكمية العملات النقدية والورقية أثناء تبديلها وتغييرها من العملات المحلية إلى العملات الخارجية، نظراً لأن هذه الفروع التابعة للشركات تقوم بالتحويل النقدي والمالي للعملات من حساباتها المالية وعملاتها النقدية إلى الشركة الأم والمركز الرئيسي للشركة، ويتم تسجيل مقدار المبالغ المحولة مع أسعار صرف هذه العملات بما يقابلها من أسعار صرف العملات الخارجية والأجنبية والتاريخ الذي تم فيه تحويل الأموال.

فعلى سبيل المثال إذا قامت شركة أجنبية بالاستثمار المباشر الأجنبي في إحدى الدول فإنه على الشركة المستثمرة في الدولة المستضيفة لها مراعاة تقلبات أسعار صرف العملات.

فهناك بعض الشركات الأجنبية والأمريكية والأوروبية التي تقوم بالاستثمار الأجنبي والخارجي في الدول العربية.

وإذا قامت شركة فرنسية بالاستثمار الأجنبي الخارجي في عدة دول خارجية فإن على هذه الفروع الخارجية في هذه الدول تحويل أموال يتم الاتفاق عليها وفق عقود محددة ونسب من الأرباح تعود إلى الشركة الأم في فرنسا.

فإذا قامت هذه الشركة الفرنسية المتخصصة بالنفط بممارسة أعمالها الإدارية في كل من اليمن والسعودية والإمارات وقطر وليبيا فإن على الفروع المتواجدة في كل من اليمن والسعودية والإمارات وقطر وليبيا تحويل الأموال للشركة الأم الرئيسية في فرنسا مع مراعاة نسب تحويل الأموال وتقلبات أسعار صرف العملات بين هذه الدول.

كما تقوم الإدارة المالية الدولية بالتعاون مع أجهزة المحاسبة المالية الدولية بوضع أنظمة للرقابة المالية الدولية، بحيث تكون هذه الأنظمة أكثر تعقيداً نظراً لأنها تتعامل بالمستويات العالمية والدولية بين عدة شركات وتهتم هذه الأنظمة الخاصة بالرقابة المالية الدولية بالمشكلات الناتجة عن عمليات التحويل المالي الخارجي وتغيرات أسعار صرف العملات والتغيرات الاقتصادية المفاجئة وتهتم بإدراك والتكيف مع قيود التحويل المالي الدولي فيما بين البنوك والشركات المالية الدولية.

وتكمن أهمية أنظمة الرقابة الدولية لمعرفة الأرباح الحقيقية والإنجازات الفعلية عن ممارسة الأعمال التجارية للشركات كما تهتم أنظمة الرقابة المالية الدولية بوضع خطة مستقبلية للتوقع المستقبلي للإنتاج والأرباح، كما تهتم أنظمة الرقابة المالية الدولية بمعرفة العائد من الأرباح المالية إثر القيام بعمليات الاستثمار في فترة زمنية محددة، كما تهتم الإدارة المالية الدولية أثناء فرضها لقوانين وأنظمة الرقابة المالية الدولية بمعرفة الأرباح والعوائد وحجم المبيعات والتنبؤ بمعرفة

حجم الطلب على السلع في المستقبل، كما تهتم بتقلبات أسعار الصرف للعملات وتأثر هذه المبيعات وحجم المبيعات في الفروع الخارجية للشركات خلال الفترة الماضية إلى الفترة الحالية والتخطيط للفترة المستقبلية.

ونظراً لأهمية الإدارة المالية الدولية في المنشآت والشركات الدولية فإنه قد تم الاعتماد على موظفي مكاتب المحاسبة المالية الدولية في وضع تطبيقات ومعايير وأسس محاسبية دولية بالرغم من أن هذه الأسس والمعايير والتطبيقات المحاسبية الدولية تختلف من شركة دولية إلى أخرى إلا أن هناك عناصر محاسبية أساسية مشتركة وموحدة تم الاتفاق عليها بين الشركات، وتعتبر أساساً في التطبيقات والعمليات المحاسبية الدولية وهي منتشرة بشكل عام في كثير من الشركات في كثير من الدول، مثل استخدام الميزانية العمومية الفعلية والحقيقية ووضع سجلات خاصة بالحسابات الجارية ومختلف الحسابات والعمليات المالية، وتكمن أهمية استخدام معايير موحدة وأسس متفق عليها في منظمات التجارة الدولية من الناحية المحاسبية في المراجعات القانونية حيث تحفظ الكشوفات والتقارير السنوية المالية بأغراض مختلفة قد تكون استثمارية أو ضريبية أو حكومية نظراً لأن المعلومات المحاسبية تعتبر قاعدة هامة في إدارة الشركات الدولية، وبناء على المعلومات المحاسبية والتقارير المالية الصحيحة يتم إصدار قرارات مناسبة واتخاذ قرارات جديدة ووضع خطط مستقبلية.

إلا أن الشركات الدولية والأجنبية والخارجية والعالمية والشركات متعددة الجنسيات تواجه كثيراً من الصعوبات والعقبات التي تقف أمامها في إعداد تقارير مالية صحيحة مائة بالمائة بشكل دوري سنوياً، من هذه الصعوبات تغير أسعار صرف العملات أثناء القيام بتحويل الأموال أو تسديد الالتزامات المالية نظراً لتقلب الظروف الاقتصادية العالمية.

وبسبب تغير أسعار صرف العملات الأجنبية فإنه لا بد من تحديد واختيار عملات خارجية يتم الاعتماد عليها، كما أن على الشركات الأجنبية والشركات الدولية والشركات متعددة الجنسيات أن تتجنب الكثير من المخاطر أمام عمليات تحليل النقود المالية فيما بين الشركات الدولية وأثناء قيامها بالمعاملات التجارية الدولية مع كثير من الأطراف والمؤسسات الخارجية، وبناء على هذه الأسس والعوامل والأهميات فإنه لا بد من تحديد واختيار أسعار محددة في صرف العملات الأجنبية أثناء القيام بعملية البيع والشراء للعملات الخارجية واستبدالها بالعملات المحلية، ويؤثر تغير أسعار صرف العملات على الأموال العائدة من المبيعات التي تم بيعها خلال مدة زمنية محددة ولذلك يجب أن تأخذ المحاسبة المالية الدولية بعين الاعتبار أسعار الصرف وتغير أسعار العملات وتقييد وتسجيل وتدوين العوائد والأرباح والمردودات المالية من المبيعات المختلفة للسلع والبضائع والخدمات.

كما أن المحاسبة المالية الدولية وتقاريرها السنوية تتأثر بالظروف الاقتصادية العامة فعندما تقوم الجهات المعنية بالمحاسبة المالية الدولية بإعداد ووضع كشوفات وتقارير مالية سنوية، فإنه لا بد من مراعاة التغيرات والظروف الاقتصادية والحكومية وغيرها، مثل التضخم الاقتصادي الحاصل في الدولة فإن التقارير المالية السنوية والكشوفات الصادرة عن مكاتب المحاسبة المالية الدولية لا بد وأن تنقل الصورة الصحيحة لتؤثر النشاطات المالية والتجارية للمؤسسات والشركات بالظروف المختلفة كالتضخم الاقتصادي ومدى تأثيره على حقيقة التكاليف المالية الحقيقية والتكلفة الفعلية والدخل الرسمي للأفراد ومقارنته بالإنفاق والادخار.

وتقوم بعض الشركات الدولية والشركات المتعددة الجنسيات بالدقة التامة أثناء إعداد التقارير السنوية و الكشوفات المالية للشركة معتمدين على أسلوب وطريقة القيمة الحالية الجارية للبضائع والأسعار والسلع والمواد والأصول والموجودات، وذلك لما تعكسه طريقة القيمة الجارية الحالية من ضبط حقيقي

وصحيح وتسجيل دقيق للمبالغ المالية، حيث أن أفضل طريقة لمعرفة القيم الحقيقية للسلع والبضائع هي طريقة تسجيل قيمة المواد والسلع والموجودات والأصول والبضائع والمخزون بسعرها الحالي نظراً لأنه السعر الذي يتم الإعلان عنه عند القيام بعملية البيع والشراء، فضلاً عن أن هذه هي القيمة الحقيقية الحالية للسلع والبضائع والخدمات المختلفة للشركات.

ونظراً لأهمية الإدارة المالية الدولية وتعاونها مع الجهات المختصة بالمحاسبة المالية الدولية فإنه قد تم إنشاء حسابات خاصة بالفروع الخارجية للشركات، وتعمل كل شركة خارجية وكل فرع من الفروع الخارجية للشركات بتحويل أرباحها وعملاتها النقدية والمالية إلى عملات محلية أثناء تلقيها الدعم الخارجي من الأموال، وذلك أثناء ممارستها للتجارة المحلية داخل إحدى الدول.

وأثناء قيام فروع الشركات الخارجية بتحويل العملات والأموال للشركة الأم فإنها تقوم بتحويل الأموال عملات محلية إلى عملات أجنبية، ويتم تدوين وكتابة تاريخ كل تحويل من التحويلات المالية الخارجية وتسجيل سعر الصرف والعملات المحلية أو ما يقابلها من العملات الأجنبية في نفس يوم تحويل الأموال للشركات الخارجية.

وبناء على ما سبق فإن الشركات الدولية تعتمد على تحويل أموالها وأصولها المالية وتقدير قيمة البضائع والسلع التي لديها بالعملة المحلية التي تعمل فيها هذه الشركات نظراً لاعتمادهم على أسلوب الأسعار الحالية والقيمة الحقيقية الحالية للأسعار والسلع والبضائع.

وتهتم الإدارة المالية الدولية بالضرائب المفروضة على الاستثمارات الأجنبية في الدول الأخرى، كما تقوم بتطوير فرع المحاسبة الضريبية من محاسبة تهتم بالضرائب والرسوم الضريبية على أرباح المنشآت الصناعية والتجارية والأعمال المهنية وغيرها إلى محاسبة ضريبية تهتم بمعرفة جميع القوانين الضريبية الدولية

على المستوى العالمي، نظراً لوجود بعض الدول التي تضع قوانين صارمة على الاستثمارات الأجنبية، كما تواجه الشركات الخارجية والأجنبية في بعض الأحيان ارتفاع معدلات الضرائب والجمارك والرسوم المالية المفروضة على الاستثمار الأجنبي والتجارة الدولية.

كما تفرض الحكومات ضرائب على الشركات الأجنبية والخارجية التي تمارس عملية الاستثمار الأجنبي في الدولة المستضيفة لهذه الشركات، فضلاً عن تنوع وتعدد أنواع الضرائب والقيود التجارية التي تفرض على الشركات الخارجية فقد يصل معدل الضرائب المفروضة على أرباح الشركات الأجنبية والخارجية في الدول الأخرى المستضيفة لها إلى نسبة 50٪ من أرباح هذه الشركات.

ومن الجدير بالذكر أن الضرائب ترتفع رسومها في الدول الصناعية وتنخفض في الدول التي تشجع على عمليات التجارة الدولية والاستثمار الأجنبي.

وخصوصاً مع زيادة المنافسة الدولية فيما بين الشركات الأوروبية واليابانية والأمريكية على الاستثمار الأجنبي والقيام بعمليات التجارة الخارجية.

كما تعاني الكثير من الدول العربية والدول النامية ودول الشرق الأوسط والشرق الأدنى ودول العالم الثالث والشركات في قارة آسيا وإفريقيا تضخماً اقتصادياً وعطالة عن الأعمال وزيادة في حدة البطالة الوظيفية وتنامي ملحوظ في حدة الفقر في مجتمعات هذه الدول، وتتأثر اقتصاديات هذه الدول بالظروف والعوامل السابقة الذكر، فضلاً عن التغيرات الاقتصادية والأزمات المالية الدولية.

ويلاحظ أن غالبية دول العالم تعاني من تضخم اقتصادي إلا أن هناك دول تتزايد فيها معدلات التضخم الاقتصادي حتى تصل إلى أعلى معدلات التضخم، ومن هذه الدول كوبا وبعضاً من الدول العربية.

وقد قامت الشركات والمؤسسات ورغب العديد من الأفراد من ممتلكي رؤوس الأموال بالاحتفاظ بأموالهم على شكل أصول مادية أو على تحويل أموالهم

إلى سبائك ذهبية وغير راغبين بإبقاء أموالهم بالعملة المحلية، ونظراً لوجود العديد من الأفراد والهيئات والمؤسسات التي تقوم بتحويل الأموال والعملات المحلية إلى عملات أجنبية وخارجية فإنه قد حصلت تغيرات وتقلبات في أسعار صرف العملات بشكل ملحوظ خلال فترات زمنية قصيرة خصوصاً فيما بعد عام 2008م وانتشار حدة الأزمة الاقتصادية والمالية العالمية، وقد تفاقمت الأزمة الاقتصادية العالمية بسبب تزايد الطلبات من قبل الأشخاص والمؤسسات والأفراد والهيئات وإقبالهم على البنوك للاقتراض منها لاستمرار أعمالهم ونشاطاتهم التجارية أو الصناعية أو الزراعية أو الخدمية في حال أن تفرض البنوك أسعار فائدة أعلى مما كانت تفرضه سابقاً مما أدى إلى زيادة التضخم الاقتصادي في الدول وتفاقم حدة الأزمات الاقتصادية المالية العالمية.

الفصل التاسع

(وهو الفصل الأخير من الباب الثاني)

أسس التكنولوجيا الدولية في منظمات الأعمال الدولية

إن التكنولوجيا المعاصرة والأدوات المتطورة والآلات الحديثة والأجهزة الإلكترونية والحواسيب والقواميس المعلوماتية الإلكترونية والأجهزة الكهربائية والآلات الرقمية والكاميرات المتطورة في التصوير والمراقبة والتسجيل والأدوات والمعدات المتطورة والتي تعتمد على أسلوب التسجيل والتشغيل المباشر الأوتوماتيكي والفوري كل هذه عناصر جوهرية وعوامل وأسس مؤثرة في المجال الاقتصادي والتكنولوجي والتجاري والتي تؤثر بدورها على الأعمال ومنظمات التجارة الدولية.

فقد اهتمت التكنولوجيا المعاصرة والحديثة بوسائل النقل الدولي والمحلي والعالمي، كما اهتمت المنظمات التجارية الدولية والشركات الأجنبية بوسائل المواصلات وأساليب الاتصالات المتطورة والحديثة، وقد ساهمت كل هذه العوامل على إحداث نقلة كبيرة جداً وتطور هائل في عمليات التجارة الدولية والاستثمار الأجنبي.

وبسبب الفقر الحاصل في بعض الدول والتطور التكنولوجي الهائل في الدول الأخرى فإن كثيراً من الدول النامية ودول العالم الثالث أصبحت ترغب بالتقليد للدول الأجنبية والغربية والدول المتطورة وذلك بالرغم من ضعف اقتصاد هذه الدول ووجود فروق حادة في اقتصاديات كلاً من هذه الدول.

وقد ساهمت بعض الشركات الأجنبية وشجعت عملية نقل الآلات المتطورة وتوصيل الأجهزة الحديثة إلى العديد من الدول المختلفة الفقيرة والنامية والمتخلفة من دول العالم الثالث، كما أصبحت الشعوب والمجتمعات في دول العالم تمتلك الكثير والعديد من المعارف التكنولوجية والأجهزة المتطورة والحديثة.

وتأتي أهمية التكنولوجيا وانتشارها على المستوى الدولي في إطار تشجيع الدول على الصناعات والتجارات الدولية المختلفة.

وقد تنافست كثير من الدول على إحداث نقلة نوعية هائلة وإحداث تطور تكنولوجي كبير في دول العالم، حيث قامت كلاً من بريطانيا وفرنسا بإنتاج طائرات كونكورد وهي عبارة عن استخدام للمعلومات المعاصرة بشكل إيجابي وتشجيع التطور التكنولوجي، كما قامت أيضاً بريطانيا وفرنسا بإنتاج طائرات تجارية من نوع بوينج، كما تعاونت بعضاً من الدول الأوروبية على تطوير مؤسساتها العسكرية وتنمية منشآتها الحربية وتحصين جيشها وصناعاتها العسكرية والحربية والدفاعية.

إن أكثر ما تهتم به الشركات الدولية والشركات متعددة الجنسيات هو الاستثمارات الكبيرة الخارجية والأجنبية معتمدة على توسيع الأدوات المتطورة والأجهزة التكنولوجية الحديثة ومساهمة في نقل وترويج وتوزيع الآلات والمعدات الحديثة ونشر التكنولوجيا المتطورة بشكل دولي وعالمي وذلك بهدف تحسين الظروف الاجتماعية والاقتصادية والمعيشية في عالم من الرفاهية وإبعاد الدول العربية والإسلامية عن الإنتاج المحلي وتشجيع الاستثمار الأجنبي والتجارة الدولية.

وقد بدأ التطور التكنولوجي والعلمي والمعرفي الهائل بتشجيع بعض الدول على الصناعات المختلفة والقيام بالتجارة الدولية كما ساهمت المؤسسات العلمية الأكاديمية والجامعات في نشر العلم والمعرفة وتشجيع الأبحاث الأكاديمية المتخصصة في الهندسة والتكنولوجيا الحديثة واستخدام التقنيات والأدوات والآلات والمعدات التكنولوجيا المتطورة.

كما ساهمت التجارة الدولية على نشر التكنولوجيا وتوفير العديد من السلع والمعدات والأدوات المتطورة والحديثة، وجعلها في متناول الشعوب والمجتمعات المختلفة في جميع دول العالم.

ويمكن ملاحظة توفر كثير من الأدوات الفنية الحديثة والخرائط التكنولوجية والمكائن والمعدات المتطورة والآلات والأجهزة الكهربائية والإلكترونية في كثير من الدول المتقدمة والنامية على حد سواء.

ومن الأسس والعوامل التي ساهمت في انتشار التكنولوجيا في دول العالم هو الخدمة الملموسة والفائدة الحقيقية السريعة العلمية والنتائج الصحيحة عند استخدام الأدوات التكنولوجية والآلات المتطورة والحديثة، فضلاً عن الدقة في النتائج والمعلومات والبيانات والأرقام والمخرجات إثر استخدام هذه الأدوات والأجهزة الإلكترونية المتطورة.

كما ساهمت وسائل الإعلام على المستوى الدولي من وجود القنوات الفضائية المتعددة على نشر الأدوات والمعدات الإلكترونية والحديثة.

العوامل التي أثرت على التكنولوجيا في الشركات الدولية ومنظمات الأعمال الدولية:

وهناك عدة عوامل أثرت على انتشار التكنولوجيا في كثير من دول العالم ومن هذه العوامل ما يلي:

1. تطور المستويات المادية والمعيشية فيما بعد عام 1970م إلى عام 2000م في كثير من دول العالم.
2. ساهمت الثلاثة العقود السابقة والمتمثلة من عام 1970م إلى قرابة ما بعد عام 2000م بفترة بسيطة في انتشار وتحسن ورقي اجتماعي واقتصادي وصناعي وتجاري في كثير من دول العالم.
3. قامت كل من أمريكا وأوروبا واليابان وفرنسا وبريطانيا وألمانيا وروسيا على التطوير والتنمية الاقتصادية والصناعية والاهتمام بالاستثمار الأجنبي فيما بعد عام 1970م إلى عام 2000م.

4. وجود العديد من السياسات والخطط والاستراتيجيات التكنولوجية المتطورة والحديثة في الدول المتقدمة.
5. تشجيع الدول المتقدمة على القيام بالاستثمارات والتطويرات التكنولوجية العلمية المختلفة.
6. تزايد معدلات الاستثمار الأجنبي.
7. تحسن الأوضاع الاقتصادية والتكنولوجية في كثير من الدول المتقدمة في خلال الأعوام من بعد عام 1970م إلى عام 2000م.
8. تشجيع الدول المتقدمة على الأبحاث التسويقية المتخصصة بالتجارات والأعمال الدولية وتشجيع القطاعات الخاصة والاهتمام بإعداد دراسات وأبحاث تسويقية دولية تهتم بمعرفة الجدوى والمنافع الاقتصادية عن كثير من الممارسات التجارية والنشاطات التجارية والاقتصادية والصناعية وغيرها.
9. تشجيع بعض الدول على التطور التكنولوجي.
10. تشجيع القطاعات الخاصة والشركات الأهلية على الاستثمار والتجارة والتطوير والتنمية المالية والإدارية والبشرية.
11. اهتمام بعض الدول بالصناعات الحربية والعسكرية الحديثة والمتطورة.
12. تخفيض الضرائب في بعض الدول على عمليات التجارة الدولية والاستثمار الأجنبي والخارجي.
13. اتساع وانتشار وتنوع الأسواق الأجنبية والخارجية والدولية.
14. التعديلات والتطويرات على الأجهزة الإلكترونية والسلع الحديثة الكهربائية والتكنولوجية والبرمجية وغيرها من الأجهزة والمعدات.
15. الاهتمام في إنشاء مصانع عملاقة في بعض الدول المتطورة.
16. رغبة بعض الدول بالتطور الصناعي الهائل.

ومن الملاحظ أن نقل التكنولوجيا وإيصال الآلات المتطورة والتكنولوجيا الحديثة للدول النامية لا يعني بالضرورة تحسن وتطور الأوضاع والظروف الاقتصادية والتجارية والاجتماعية في هذه الدول النامية خلاف الحال عن الدول المتقدمة الأجنبية والأوروبية والأمريكية والغربية، وذلك بسبب ما تمتلكه الدول المتقدمة الصناعية والدول الأوروبية والأمريكية من قواعد أساسية عملاقة وبنى تحتية ضخمة ومعارف تكنولوجية هائلة وتطورات إدارية وتجارية خلاف الأوضاع والظروف السياسية والاقتصادية في كثير من الدول النامية ودول العالم الثالث.

ولذلك لا بد من أن تكون هناك تكنولوجيا مناسبة تتوافق وتتواءم مع الظروف المختلفة للدول والشعوب والمجتمعات المتعددة والمتنوعة.

ولا بد من أن نقوم بتشجيع التكنولوجيا المتطورة والمساهمة في المعرفة على استخدام التقنيات الحديثة والأجهزة التكنولوجية وفق ظروف محددة يجب أن لا نتغافل عنها ولا نهملها في نمط حياتنا المعاصرة كالتشجيع على التعليم وزيادة الثقافة والمعرفة ودرجة الوعي لدى الشعوب والمجتمعات وأن نساهم بالتعاون مع الحكومات والمؤسسات والشركات والأفراد على تطوير الأوضاع الاقتصادية وتنمية الأحوال الاجتماعية والمالية والتجارية في الدول النامية والدول العربية ودول العالم الثالث وأن نقوم بالتعاون في التغلب على الفقر والحد من حدة البطالة والعطالة الوظيفية والقضاء على أسس التخلف والفقر والعمل على التطوير بمختلف جوانبه الاقتصادية والمالية والتجارية والسياسية وغيرها.

وهناك تساؤلات مختلفة ومتعددة نطرحها أمام العديد من الدول والحكومات والشركات في الدول العربية ودول العالم الثالث والدول الفقيرة أثناء قيامهم بتقليد الدول المتطورة الصناعية والدول الأجنبية والغربية في رغبتهم في استخدام التكنولوجيا المعاصرة والحديثة، ومن هذه التساؤلات ما يلي:

1. ما هي البنية التحتية والقاعدة الأساسية التي تعتمد عليها الدولة المستوردة للتكنولوجيا الخارجية؟
2. ما هي الأهداف الاقتصادية والتجارية والاجتماعية التي وضعتها الدول للسعي في التطور الاقتصادي والتجاري والتنمية البشرية والمادية لشعوبها ومجتمعاتها؟
3. ما هي احتياجات ومتطلبات مواكبة العصر الحديث؟
4. ما هي قدرة الدولة على توفير رؤوس أموال ضخمة لاستقبال التكنولوجيا الهائلة الخارجية؟
5. لماذا لا تقوم الدول والحكومات بتشجيع الصناعات والمصانع المحلية والإنتاج المحلي؟
6. لماذا لا تستغل الكثير من الدول والحكومات الموارد المادية والبشرية المتوفرة لديها؟
7. لماذا لا توفر الدول بنىً تحتية ضخمة وقواعد أساسية للانطلاق في السعي في التقدم والرقي الحضاري والتكنولوجي والصناعي؟
8. ثم ما هي التكاليف والأعباء المادية والإدارية والمعنوية والتجارية إثر استقطاب ونقل واستقبال التكنولوجيا الخارجية؟
9. هل تتوافق الآلات المتطورة والحديثة مع الديانات والعقائد والمعتقدات لدى الشعوب والمجتمعات في العديد من الدول؟
10. هل تقوم هذه التكنولوجيا المتطورة والحديثة بتنمية وتطوير الموارد المادية والبشرية لدينا؟
11. هل تعمل الآلات المتطورة والحديثة على تحسين وتنمية وتطوير الأوضاع والظروف الاقتصادية والتجارية في كثير من الدول؟

وكل هذه الأسئلة وغيرها من الأسئلة الأخرى تطرح نفسها بوضوح أمام العديد من الحكومات والدول والسياسات المتبعة لديها.

وإذا ما كان هناك اهتمام حقيقي بالتكنولوجيا المعاصرة والحديثة فإنه لا بد من إيجاد بيئة متوافقة مع التطورات التكنولوجية الهائلة في كثير من الدول وذلك بهدف ضمان النتائج الإيجابية وتحقيق التقدم والتطور الحضاري والاقتصادي والتجاري المنشود.

طبيعة البيئة التكنولوجية المعاصرة والحديثة:

إن عملية نقل ونشر التكنولوجيا المتطورة الحديثة في كثير من دول العالم يتطلب تحديثاً وتجديداً فكرياً وثقافياً في كثير من الدول، فضلاً عن وجود عوائق مختلفة أمام انتشار هذه التكنولوجيا المعاصرة.

فلا بد وأن تتوافق طبيعة التكنولوجيا المعاصرة مع القوانين السياسية المختلفة في العديد من الدول والحكومات.

كما يجب أن تتوافق التكنولوجيا المتطورة والحديثة مع الأسس والقوانين الدينية والمعتقدات الحضارية والتقاليد الاجتماعية.

فهناك دول قد شجعت انتشار التكنولوجيا ووجود آلات ومعدات متطورة لديها في حين رفضت بعض الدول هذه التكنولوجيا الحديثة لمخالفتها للأعراف أو القوانين أو العادات أو التقاليد الاجتماعية أو الحضارية.

كما أن التكنولوجيا المتطورة والحديثة يجب أن تتوافق مع المتغيرات البيئية الجغرافية والمناخات التضاريس المتعددة.

كما يجب أن تتوافق التكنولوجيا المتطورة والحديثة مع مختلف المستويات والثقافات والطبقات الاجتماعية لدى كثير من الشعوب والمجتمعات في كثير من الدول.

إن عملية انتقال وانتشار الأدوات الآلات والوسائل التكنولوجيا المتطورة والحديثة إلى كثيرٍ من الدول يتطلب تسهيلاً وتيسيراً وتعاوناً فيما بين الدول والحكومات وإزالة للعوائق التي تقف أمام انتشار وانتقال الآلات والأدوات والوسائل التكنولوجيا المتطورة والحديثة.

كما يجب وأن تتوافق وأن تتواءم وأن تتفق طبيعة البيئة التكنولوجيا المتطورة والحديثة مع القوانين الإدارية والحكومية المختلفة والمتعددة والمفروضة على كثيرٍ من الشركات والمنظمات التي تشجع الصناعات المتطورة والحديثة وتقوم بعملية نقلها وتساهم في انتشارها دولياً وعالمياً.

كما يجب أن تتوافق وتتواءم وتتفق طبيعة البيئة التكنولوجيا المتطورة والحديثة مع مختلف العادات والتقاليد المختلفة والمتعددة لدى الشعوب والمجتمعات في كثيرٍ من الدول.

ويجب أن تساهم البيئة التكنولوجيا في إحداث نقلة نوعية في عمليات التطور التكنولوجي الملحوظ في كثيرٍ من دول العالم.

كما يجب وأن تتفق وتتواءم طبيعة البيئة التكنولوجيا المعاصرة والمتطورة والحديثة مع المناخات المتعددة والمتغيرة في كثيرٍ من المناطق ودول العالم.

وخلاصة القول فإن طبيعة عملية البيئة التكنولوجيا المتطورة والحديثة وطبيعة عمل الوسائل والأدوات والمصانع والشركات والآلات والأجهزة المتطورة والوسائل التكنولوجيا الحديثة يجب أن تعمل على زيادة وتعزيز الثقافات الاجتماعية لدى الشعوب والمجتمعات كما يجب وأن تساهم في زيادة عملية مستوى الذكاء والأداء وزيادة الإنتاج والتشجيع على التنمية والتطوير لدى شعوب الدول في كثيرٍ من دول العالم.

العوائق التي تقف أمام التكنولوجيا الحديثة:

هناك العديد من المشكلات والصعوبات التي تشكل عائقاً أمام انتشار التكنولوجيا الدولية، ومن هذه الصعوبات ما يلي:

1. اختلاف بعض الدول والحكومات مع الشركات والمؤسسات الأجنبية والخارجية على نشر وتوزيع ونقل التكنولوجيا المتطورة والحديثة.
2. عدم رغبة بعض الدول في انتشار وتوسع التكنولوجيا المتطورة بشكل دولي.
3. قيام بعض الدول والحكومات بالسيطرة الديكتاتورية على المنشآت والمصانع وعدم تشجيعها على التكنولوجيا المتطورة والحديثة.
4. تحكم بعض الدول برؤوس الأموال المحلية.
5. اختلاف القوانين الحكومية فيما بين الدول وتعدد وتنوع القرارات والقوانين الرسمية الصادرة عن الحكومات بشأن عمليات نقل التكنولوجيا الحديثة من دولة إلى أخرى.
6. وقوف بعض الدول والمؤسسات الحكومية عائقاً أمام عملية انتشار وانتقال التكنولوجيا المتطورة بشكل آلي وسريع وسلس.
7. سيطرة بعض الحكومات على المنشآت والإدارة العالمية ووقوف بعض الدول والمؤسسات الحكومية عائقاً في وجه المنشآت المتطورة والمصانع الحديثة.
8. إشراف وسيطرة بعض الحكومات على رؤوس الأموال المحلية داخل الدول.
9. وجود طبقة فقيرة في المجتمعات ملحوظة في كثير من دول العالم.
10. تدني مستويات الأجور والمرتبات للأفراد والعاملين في المنظمات والشركات الدولية والعالمية.

ومن الملاحظ أن نقل التكنولوجيا الحديثة والمتطورة من الدول المتطورة الصناعية المصدرة إلى الدول النامية والفقيرة والمتخلفة من دول العالم الثالث والدول

العربية وغيرها يعمل على زيادة معدلات العطالة الوظيفية والبطالة العملية لكثير من طبقات الشعوب والمجتمعات في الدول المستوردة للتكنولوجيا المتطورة والحديثة.

كما أن بعض الدول المتطورة والصناعية تخشى من زيادة المنافسة الدولية من قبل الدول الأخرى المتقدمة في المجالات التكنولوجية المختلفة.

كما أن هناك بعض الدول والحكومات المتطورة التي تحتكر خططها وسياساتها الاقتصادية والتجارية والتكنولوجية وتقوم بإخفاء تطوراتها التكنولوجية عن الدول المنافسة لها خشية تفوق هذه الدول المنافسة الخارجية والأجنبية عليها، مثل تنافس اليابان لأمريكا في صناعاتها المختلفة والتنافس الحاصل بين كوريا واليابان والصين في زمننا المعاصر.

طبيعة عملية نقل التكنولوجيا المتطورة والحديثة:

يمكن أن تنقل الآلات المتطورة والتكنولوجيا الحديثة والمتطورة من دولة إلى أخرى ومن شركة إلى أخرى ومن بلد إلى بلد ومن حكومة إلى حكومة ومن فرد إلى فرد، وتعتمد طبيعة عملية نقل انتقال التكنولوجيا على درجة دعم وتشجيع نقل هذه الأدوات المتطورة والتكنولوجيا الحديثة من مكان إلى آخر، نظراً لوجود بعض الدول والحكومات التي تدعم وتسهل وتشجع عملية نقل التكنولوجيا وإيصالها إلى الأسواق العالمية، وفي المقابل توجد هناك بعض الدول التي تضع عوائق وقوانين وصعوبات أمام نقل وانتشار التكنولوجيا في العالم.

فهناك بعض الدول التي تهتم بالزراعة وتشجع الآلات التكنولوجية الحديثة التي تساهم في تنمية المنشآت الزراعية.

وهناك بعض الدول الأخرى التي تهتم بالصناعة وترغب بالحصول على الدعم التكنولوجي لتنمية منشآتها الصناعية.

كما أن هناك بعض الشركات العالمية التي تعمل على تنمية وتطوير مواردها البشرية وتقوم بتطوير خبرات موظفيها في شتى المجالات والتخصصات المهنية والعلمية والإدارية.

كما أن كثيراً من الجامعات والمؤسسات الأكاديمية والتعليمية والمنشآت المهنية والمعاهد المتخصصة ساهمت في نشر التخصصات التكنولوجية والهندسية والعلمية المتطورة والحديثة.

كما ساهم الإعلام الدولي بشكل عام من مجلات منتشرة في دول العالم وجرائد عالمية وصحف وكتب وأبحاث ودراسات علمية وأكاديمية وثقافية على نشر وإيصال المعلومات التكنولوجية والمعارف الحديثة بشكل كبير في دول العالم.

كما ساهمت منظمات التجارة الدولية والعالمية وشركات الاستثمار الأجنبي على انتشار التكنولوجيا وتوسعها في كثير من الدول.

وعملت شركات المال والأعمال والشركات الدولية والأجنبية والبنوك والمؤسسات التجارية على عملية نقل وانتقال وتبادل المعلومات الحديثة والمعارف المختلفة والآلات المتطورة والتكنولوجيا الحديثة بين الشركات الأجنبية والخارجية والمحلية.

وتهتم عمليات نقل التكنولوجيا الدولية بعملية دراسة الجدوى الاقتصادية والمنفعة الحقيقية العائدة من نشر التكنولوجيا المتطورة والحديثة في دول العالم.

كما تقوم عمليات نقل التكنولوجيا المتطورة والحديثة في دول العالم بعملية التحليل والدراسة الكاملة واستخلاص النتائج من نشاط المؤسسات ومساهماتها في نشر التكنولوجيا والحديثة في دول العالم.

فقد تشجع بعض الدول على عمليات استيراد واستقبال التكنولوجيا المتطورة، كما أن هناك بعض الدول التي تنفق رؤوس الأموال الضخمة للاستفادة من الآلات المتطورة والحديثة، كما تقوم بعض الشركات بإعادة تصنيع السلع

والآلات التكنولوجية الحديثة وتوزيعها على الأسواق الدولية والعالمية، وكما تقوم بالمقابل شركات أخرى باتباع استراتيجيات تطوير وتحديد هذه المكائن المتطورة والمعدات الحديثة والاستفادة منها بشكل كبير.

كما تتنافس كثير من الدول والشركات الدولية والأجنبية على الدخول بقوة في الأسواق الأجنبية والدولية والعالمية.

وبشكل عام فإن على الشركات أن تقوم بعملية تحليل التكلفة المالية التي تتطلبها عملية نقل التكنولوجيا الحديثة.

وذلك نظراً لأن عملية نقل التكنولوجيا من مكان لآخر ومن دولة إلى أخرى تتطلب تكاليف مالية وتحمل أعباء إضافية، ومن هذا المنطلق فإن الكثير من الشركات تقوم بعملية تقدير التكاليف المالية المحتملة في المستقبل.

وتعتمد عمليات نقل التكنولوجيا من دولة إلى أخرى على مستوى تطور الدول وعلى المستوى الاقتصادي لهذه الدولة وعلى إمكانات الدخل الفردي السنوي للمجتمعات العاملة في هذه الدولة.

كما يجب وأن تتم عملية المقارنة بين التكاليف والمنافع التي تتطلبها عملية نقل التكنولوجيا من دولة إلى أخرى.

أشكال وأنواع التكنولوجيا المتطورة والحديثة في الدول:

1. نقل الطاقة الكهربائية من دولة إلى أخرى.
2. إنتاج الطاقة الكهربائية بدعم من حكومة خارجية وتشغيلها في دولة أخرى.
3. إنشاء المصانع المتطورة والحديثة في الدول النامية.
4. الاستغلال الأمثل للثروات السمكية وإنشاء مصانع لاستثمارها.
5. الاهتمام بالأدوات التكنولوجية الصناعية في المصانع والمنشآت الصناعية.
6. الاهتمام بالآلات والمعدات التكنولوجية الزراعية في المنشآت الزراعية.

7. استخدام الحواسيب الإلكترونية في مجال الأعمال الدولية المختلفة.
8. الاهتمام بالاستيراد والتصدير فيما بين الدول.
9. تشجيع التجارة الدولية.
10. تشجيع الاستثمار الأجنبي الخارجي المباشر وغير المباشر.
11. الاهتمام بالأسواق الدولية والجغرافية والعالمية والإقليمية.
12. الاهتمام بالتعاملات النقدية بواسطة الشركات المالية الدولية.
13. الاهتمام باستخدام الآلات الحديثة والمعدات التكنولوجية المتطورة.
14. رغبة الكثير من الأفراد والهيئات والمؤسسات والأشخاص باستخدام الآلات والمعدات والمكائن والأدوات المتطورة والرقمية والتكنولوجية.
15. اهتمام المنشآت الطبية والمنظمات والمستشفيات بالآلات والمعدات والأجهزة الإلكترونية الطبية الحديثة.
16. اهتمام الشركات التجارية والدولية والاقتصادية والمالية بأنظمة التكنولوجيا والمعدات والتكنولوجيا الحديثة.

قاعدة إدارية هامة خاصة بالتكنولوجيا في المنظمات الدولية:

وما ينبغي التنبيه له والإشارة إليه بأنه يجب على الشركات الدولية والعالمية والشركات المتعددة الجنسية التعاون مع الحكومات بوضع سياسات واستراتيجيات لحماية التكنولوجيا الحديثة وقد تم الاتفاق فيما بين العديد من الشركات الدولية والعالمية على حماية المصانع والشركات والأسواق والمنظمات من طرق الاختراق التكنولوجي والتدمير الإلكتروني والتخريب والتشويه والتحريف المعلوماتي، وقاموا بوضع عدة اتفاقيات دولية لحماية الممتلكات الصناعية والتكنولوجية وقد بدأ هذا الاتفاق الدولي لحماية التكنولوجيا في باريس بفرنسا، إذ قاموا بالاجتماع والاتحاد عام 1983م واتفقوا على وضع قوانين لحماية التكنولوجيا وتم نشر

هذه الاتفاقية الدولية وتم فتح سقف الانتماء لعضوية هذه الاتفاقية فقد شجعت كثير من دول العالم على الحماية والدخول في هذه الاتفاقية، وقد اشترطت هذه الاتفاقية على الدول الأعضاء والشركات المنظمة لهذه الاتفاقية الاستجابة لتعليمات وقوانين وقرارات وشروط هذه الاتفاقية لحماية وصيانة وحفظ التكنولوجيا المتطورة والممتلكات الحديثة من التلاعب أو التخريب أو التشويه المعنوي أو المعلوماتي.

وقد ساهمت أكثر من ثمانين دولة في هذه الاتفاقية لتصبح جميعها عضواً في هذه الاتفاقية.

كما انضمت وساهمت أكثر من عشرين دولة أوروبية وأجنبية لهذه الاتفاقية وكانت مدة هذه الاتفاقية مفتوحة، إذ استمرت أكثر من اثنين وعشرين عاماً بداية منذ بعد تأسيس هذه الاتفاقية فيما بعد عام 1983م وإلى يومنا هذا من عام 2011م.

شروط الاتفاقيات الدولية بشأن نقل التكنولوجيا العالمية وحمايتها دولياً:

هناك عدة شروط أشارت إليها الاتفاقية العالمية بشأن حماية التكنولوجيا على المستوى الدولي، ومن هذه الشروط ما يلي:

1. حماية براءة الاختراع وضمان حقوق الاختراع للشركات والأفراد والمؤسسات.
2. وضع قوانين لحماية حقوق الاختراع لمدة معينة للمخترعين.
3. وضع قوانين لحماية حقوق الترويج الدولي والتوزيع العالمي والإعلان التسويقي الحديث عن البضائع والسلع والخدمات المختلفة.
4. حماية العلامات التجارية للشركات.
5. حماية الأسماء التجارية الخاصة بالشركات والمؤسسات والأفراد.
6. حماية المعلومات السرية للشركات والمؤسسات.

7. حماية الملكية الشخصية والفكرية والعلمية والإبداعية.
8. وضع قوانين للرقابة الدولية على التعامل الدولي والتجارة الدولية.
9. وضع قوانين للاستثمار الأجنبي الخارجي.
10. وضع قوانين للصناعات المتطورة التكنولوجية الحديثة.
11. وضع قوانين لطرق نقل التكنولوجيا من دولة إلى أخرى.
12. وضع قوانين لحقوق الامتياز وعقود [الامتياز] التي يتم الاتفاق عليها بين الشركات.
13. وضع قوانين خاصة بعقود (التراخيص) لمزاولة الأعمال والنشاطات المختلفة.
14. وأخيراً إنشاء شركات ومؤسسات خاصة بالتأمين التجاري تهتم بإدارة المخاطر.

ملاحظة هامة:

وما ينبغي الإشارة إليه في أن الكثير من الشركات الدولية والعالمية قد وضعت أنظمة لتحديد المرتبات والأجور الخاصة بالأفراد العاملين والموظفين.

وبالرغم من أن عملية تحديد المرتبات والأجور في الشركات يعتمد على نسبة الأرباح التي تحققها الشركات وهي تختلف من شركة إلى أخرى.

الباب الثالث

أشكال الإتفاقيات والعقود التجارية الحديثة في منظمات الأعمال الدولية

الباب الثالث

أشكال الإتفاقيات والعقود التجارية الحديثة

في منظمات الأعمال الدولية

هناك عدة أشكال للعقود التجارية والاتفاقيات الدولية في منظمات الأعمال العالمية، ومن هذه العقود التجارية والاتفاقيات الدولية ما يلي:

1. **الاتفاق الدولي الأوروبي:**

والذي تم تشكيله فيما بين عدة منظمات وشركات أوروبية ودول بشأن وضع تأسيس منظومة اقتصادية متكاملة في الدول الأوروبية والتي تم تأسيسها بهدف حرية التجارة الدولية وتطوير الظروف الاقتصادية والسياسية في هذه الدول الأوروبية، وتم تشكيل هذه المنظومة الاقتصادية الأوروبية في عام 1958م والتي تم وضعها على شكل تجمع للدول الأوروبية.

2. **الاتفاقيات الدولية للشركات الأمريكية والأوروبية واليابانية:**

حيث تم الإتفاق فيما بين الشركات الأمريكية واليابانية والأوروبية بشأن صناعة الأجهزة الإلكترونية والحواسيب، وهذه الاتفاقيات الدولية بشأن صناعة الحواسيب الإلكترونية والتي تم الاتفاق عليها في عام 1985م في أوروبا، حيث اتفقت مجموعة من الشركات والدول الأوروبية المتخصصة بصناعة وإنتاج الحواسيب وأجهزة الكمبيوترات على أسس لصناعة الحواسيب الإلكترونية، وفي عام 1987م اتفقت هذه الشركات على أسس وحدود المنافسة الدولية بشأن الصناعات الإلكترونية والحواسيب.

3. الاتفاقيات الدولية بشأن التكامل الاقتصادي والتعاون التجاري لممارسة الأعمال الدولية.

4. الاتفاقيات الدولية فيما بين الدول والمنظمات الدولية لتشجيع التجارة الدولية:

وهي إتفاقيات تم وضعها بغرض التخفيف من العوائق والصعوبات التجارية والتنمية الاقتصادية وتشجيع التجارة الدولية.

5. المجتمع الأوروبي:

حيث تم تأسيس المجتمع الأوروبي بين كل من بلجيكا والبرتغال وبريطانيا وألمانيا وفرنسا والدنمارك واليونان، وتم تأسيس هذه المجتمع الأوروبي لتحديد آليات وقوانين خاصة بالجمارك والضرائب فيما بين هذه الدول، وأنشئت على ضوء تأسيس هذا المجتمع الأوروبي منظمة التكامل الاقتصادي الأوروبي المتكامل.

6. منظمة التجارة الحرة الأوروبية:

وهي منظمة تدعم التجارة الحرة فيما بين الدول الأوروبية وتم الاتفاق فيما بين النمسا وآيسلندا وفنلندا والنرويج وسويسرا على الاتفاق على هذه المنظمة.

7. المنظمة القنصلية للتبادل التجاري:

وقد أنشئت هذه المنظمة بغرض الاجتماع والاتحاد والتعاون السياسي والاقتصادي والتجاري فيما بين الدول التالية: روسيا، رومانيا، وبولندا، وهنغاريا، وبلغاريا، وكوبا، وألمانيا.

8. الاتحاد الجمركي التعاوني التجاري لشرق إفريقيا:

وقد تم الاتفاق بغرض إزالة العوائق التجارية فيما بين كلاً من الدول التالية: إثيوبيا، وأوغندا، وتنزانيا، والسودان، وكينيا.

9. **السوق المشتركة فيما بين: كولومبيا، وفنزويلا، والإكوادور.**

10. **السوق العربية المشتركة:**

وهي إتفاقية فيما بين الدول التالية: سوريا، ومصر، والعراق، والأردن، والكويت.

11. **المنظمة التجارية الحرة:**

وهي إتفاقية فيما بين دول جنوب شرق آسيا، وقد تم الاتفاق على إقامة منظمة تجارية حرة فيما بين كلاً من الدول التالية: إندونيسيا، وماليزيا، وسنغافورة، والفلبين، وتايلاند.

12. **الاتفاقيات التجارية الدولية لإنشاء وتأسيس منطقة تجارية حرة.**
13. **الاتفاقيات الدولية لإقامة سوق دولية مشتركة.**
14. **الاتفاقيات الدولية بغرض التعاون والتنمية الاقتصادية والسياسية.**
15. **الاتفاقيات الدولية فيما بين الدول بغرض إزالة العوائق الجمركية والضريبية.**
16. **الاتفاقيات الدولية فيما بين الدول بغرض التعاون التجاري والصناعي والاقتصادي.**
17. **الاتفاقية الدولية فيما بين دول أمريكا اللاتينية لإنشاء منظمة للتجارة الحرة:**

حيث قد تم الاتفاق فيما بين كلاً من: البرازيل، وبيرو، وباراغواي، وفنزويلا، وتشيلي، وكولومبيا، والمكسيك، والأرجنتين لإقامة منظمة تجارية خاصة بهم تشجع التجارة العالمية.

18. الاتفاقية الدولية لتأسيس منظمة متكاملة لدول أمريكا اللاتينية بهدف إيجاد منطقة تجارية حرة.

19. الاتفاقية الدولية فيما بين دول جنوب شرق آسيا:

والتي تم تأسيسها عام 1975م فيما بين دول جنوب شرق آسيا، بهدف الاتفاق على التعاون والتطوير الاقتصادي والتجاري.

20. الاتفاقية الدولية لإنشاء مجتمع اقتصادي لدول شرق إفريقيا:

والتي تم تأسيسها عام 1967م لإنشاء منطقة تجارية ومنظمة تجارية حرة بهدف التطوير والتنمية الصناعية بين كل من دول شرق إفريقيا وكينيا، وأوغندا، وتنزانيا.

21. الاتفاقية الدولية لإنشاء سوق مشتركة وسط أمريكا:

حيث أنه في عام 1960م والتي ضمت كلاً من الدول التالية: كوستاريكا، والسلفادور، وغواتيمالا، والهندوراس، ونيكاراجوا.

22. الإتحاد الإقتصادي والسياسي الأوروبي:

إنشاء اتحاد اقتصادي وسياسي أوروبي يضم الدول الأوروبية بهدف توحيد القوانين الاقتصادية وقوانين الصناعة والتجارة المشتركة فيما بين الدول الأوروبية، وكان الهدف من إنشاء هذا الاتحاد هو إصدار عملية نقدية موحدة في أوروبا واعتماد استراتيجيات مالية واحدة لجميع دول أوروبا، وإقامة سوق أوروبية مشتركة في جميع دول أوروبا، والتطوير والتنمية الاقتصادية الأوروبية.

23. المجتمع الأوروبي عام 1975م:

تأسس المجتمع الأوروبي عام 1957م والذي تم تأسيسه بهدف إلغاء القيود التجارية فيما بين الدول الأوروبية، وسهولة تداول البضائع والسلع فيما بين الدول الأوروبية، وقد كانت كل من: ألمانيا، ولوكسمبورغ، وفرنسا، وبلجيكا، وهولندا، متفقة على هذا المجتمع.

الإتفاقيات الدولية والمنظمات العالمية:

وقد تم إنشاء اتفاقيات دولية ومنظمات مالية عالمية، ومن هذه الاتفاقيات والمعاهدات والعقود الدولية فيما بين المنظمات المالية العالمية والمنظمات التجارية الدولية ما يلي:

1. **إتفاقية إنشاء منظمة للأمم المتحدة:**

وتم إنشاء منظمة خاصة بالأمم المتحدة، وهي من أكبر المنظمات الدولية في العالم، وهي منظمة ذات كفاءة عالية وتعمل على حل الخلافات والصراعات السياسية في دول العالم، والتي تنشأ في العديد الدول في الشرق الأوسط وفي إفريقيا، وتقدم الأمم المتحدة مساعدات للتطوير الاقتصادي في الدول والقضاء على الفقر في العالم لتطوير وتنمية العلوم والمعارف والتعليم والصحة، وهناك عدة فروع تابعة لمنظمة الأمم المتحدة، وهي كما يلي:

أ. **محكمة العدل الدولية:**

ومحكمة العدل الدولية هي الذراع القضائي الأساسي لمنظمة الأمم المتحدة ويقع مقرها في لاهاي بهولندا. وهي الجهاز الوحيد من بين أجهزة الأمم المتحدة الذي لا يقع في نيويورك. وتأسست عام 1945، وبدأت أعمالها في العام اللاحق، وتجدر الإشارة إلى ضرورة التمييز ما بين محكمة العدل الدولية ومحكمة الجنايات الدولية.

لمحكمة العدل الدولية نشاط قضائي واسع، وهي تنظر في القضايا التي تضعها الدول أمامها، كما تقدم الاستشارات القانونية للهيئات الدولية التي تطلب ذلك. وتعد الأحكام الصادرة عن المحكمة قليلة نسبياً، لكنها شهدت بعض النشاط ابتداء من مطلع الثمانينيات، وقد سحبت الولايات المتحدة الأمريكية

اعترافها بالسلطة القضائية الإلزامية لهذه المحكمة، مما يعني بأنها تلتزم بما تقبله من قرارات المحكمة وتتحلل مما لا تقبله منها!

تتألف المحكمة من 15 قاضياً، تنتخبهم الجمعية العامة للأمم المتحدة ومجلس الأمن، لمدة 9 سنوات، ويمكن إعادة انتخاب الأعضاء. يتم انتخاب ثلث الأعضاء كل ثلاث سنوات. ولا يسمح بتواجد قاضيين يحملان نفس الجنسية، وفي حال توفي أحد القضاة الأعضاء، يتم إعادة انتخاب قاض بديل يحمل نفس جنسية المتوفي فيشغل كرسيه حتى نهاية فترته.

ويشترط في القاضي أن يتمتع بحس أخلاقي عال بغض النظر عن جنيسته، وأن يكون مؤهلاً بأعلى المؤهلات في بلده وأن تعرف عنه الكفاءة العالية فيما يخص القانون الدولي. ويمكن عزل القاضي عن كرسيه فقط بموجب تصويت سري يجريه أعضاء المحكمة. وقد شككت الولايات المتحدة بنزاهة القضاة إبان قضية نيكاراجوا، عندما ادعت أنها تمتنع عن تقديم أدلة حساسة بسبب وجود قضاة في المحكمة ينتمون إلى دول الكتلة الشرقية.

يجوز للقضاة أن يقدموا حكماً مشتركاً أو أحكاماً مستقلة حسب آراء كل منهم. وتؤخذ القرارات وتقدم الاستشارات وفق نظام الأغلبية، وفي حال تساوي الأصوات، يعتبر صوت رئيس المحكمة مرجحاً.

وإستكمالاً للفروع التابعة لمنظمة الأمم المتحدة فإن هناك العديد من المنظمات الأخرى وهي:

ب. منظمة الأمم المتحدة المتخصصة بالإشراف على العلاقات الإسرائيلية الفلسطينية.

ج. مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية UNCTAD:

وقد تم إنشاء المؤتمر بعد التوقيع على الاتفاقية العامة للتجارة والتعريفات (الجات) عام 1947م والتي كان هدفها تحرير التجارة الدولية ووضع القواعد

التي تعمل على تنميتها بين الدول الأعضاء وأخذت سلبيات هذه الاتفاقية في الظهور وأبرزها تحكم الدول المتقدمة في الاقتصاد العالمي وآلياته، والمعاملة التمييزية فيما يتعلق بانسياب التجارة الدولية، فكان على هيئة الأمم المتحدة أن تنشئ منظمة تدعم موقف الدول النامية وتساعدها على مواجهة تحديات العولمة، وهكذا أنشئت الأونكتاد عام 1964م و مقرها جنيف بسويسرا وهى مناطة بالعناية بالدول النامية والأقل نموا خاصة فيما يتعلق بالوسائل التنموية والتجارية والربط بينها وبين سياسات التمويل والتجارة والسياسات النقدية وإبعادها على الدول النامية بما يحقق العدالة في النظام التجاري.

الوظائف الرئيسية للاونكتاد (UNCTAD):

- تهدف إلى بناء توافق في الآراء باعتبارها منتدى للمداولات الحكومية الدولية والتي تدعمها مناقشات الخبراء وتبادل الخبرات.
- إعداد البحوث وتحليل السياسات وجمع البيانات لمناقشات ممثلي الحكومات والخبراء.
- توفير المساعدة التقنية التي تناسب الاحتياجات المحددة للبلدان النامية مع الاهتمام الخاص لاحتياجات البلدان الأقل نمواً والاقتصاديات التي تمر بمرحلة انتقالية.

كما تعمل أمانة الاونكتاد (**UNCTAD**) جنباً إلى جنب مع الدول الأعضاء وتتفاعل مع هيئات منظمة الأمم المتحدة واللجان الإقليمية وكذلك مع المؤسسات الحكومية والمنظمات الغير حكومية والقطاع الخاص بما في ذلك الجمعيات ومعاهد البحوث والجامعات في جميع أنحاء العالم.

ويعد مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية هو أعلى هيئة لصنع القرار ويعقد كل أربع سنوات ومن خلاله تقيم الدول الأعضاء السياسات تجاه قضايا

التجارة والتنمية ومناقشة خيارات السياسة العامة وصياغة السياسات العالمية. والمؤتمر هو هيئة فرعية تابعة للجمعية العامة للأمم المتحدة وله وظيفة سياسية هامة حيث يتيح للدول بناء توافق فى الأراء بشأن حالة الاقتصاد العالمي وسياسات التنمية ويلعب المؤتمر دوراً رئيسياً فى تحديد دور الأمم المتحدة والأونكتاد فى معالجة مشاكل التنمية الاقتصادية.

ويتفرع عن مؤتمر التجارة والتنمية مجلس التجارة والتنمية:

وهو مجلس يهتم بالتجارة والتنمية وهو مجلس عضويته مفتوحة لجميع الدول الأعضاء في الأونكتاد والمنظمات الدولية الرسمية والمنظمات غير الحكومية تتمتع بمركز مراقب وهو يرشد وينظم الخطط التي أعتمدها المؤتمر ويجتمع المجلس مرة واحدة في جنيف كل عام إذا كانت الدورة عادية وقد تصل اجتماعاته إلى ثلاث مرات بالعام إذا كانت هناك دورات تنفيذية مخصصة للتعامل مع قضايا السياسة العامة والمؤسسات.

وهناك ثلاثة لجان متخصصة في مؤتمر التجارة والتنمية وهذه اللجان هي:

1. لجنة التجارة في السلع والخدمات والسلع الأساسية.
2. لجنة الاستثمار والتكنولوجيا والقضايا المالية ذات الصلة.
3. لجنة المشاريع وتيسير الأعمال التجارية والتنمية.

وتقوم هذه اللجان بالتعاون مع الحكومات بتبادل وجهات النظر بشأن قضايا السياسة العامة كما هو الحال في جميع هيئات الأونكتاد الحكومية الدولية، وقرارات اللجنة تتخذ بتوافق الآراء، وبالتالي التوصيات المتفق عليها تعكس الإرادة السياسية الجماعية لأعضاء الأونكتاد.

كما أن أمانة الأونكتاد (UNCTAD) يرأسها الأمين العام، وتضم الأمانة نحو 400 موظفاً، وينقسم إلى خمسة أقسام، منها أربعة تركز على البحوث الفنية والمساعدة التقنية لعمل الأمانة. في حين يتولى القسم الخامس الشؤون الدولية

والاتصال. وبالإضافة إلى ذلك، وضع برنامج خاص مخصص للتعامل مع القضايا التي تؤثر على البلدان الأقل نمواً.

مجالات عمل الأونكتاد (UNCTAD):

ومن أجل تنفيذ أهداف الأونكتاد في مساعدة الدول النامية يقوم بتقديم المساعدات الفنية وأعداد البحوث، وتحليلها والقيام بمهام مختلفة في المجالات التالية:

1. العولمة واستراتيجيات التنمية: بحث اتجاهات الاقتصاد العالمي وتقييم أثرها على عملية التنمية، وتحليل التنمية الناجحة واستنباط الدروس للبلدان النامية.
2. التجارة الدولية في السلع والخدمات والسلع الأساسية: مساعدة البلدان النامية ولاسيما أقل البلدان نمواً على الاندماج في الاقتصاد العالمي، ومساعدتها للاستفادة من الفرص الناشئة عنها بما في ذلك تعزيز القدرات التصديرية والنهوض من أجل تحقيق التنمية المستدامة وتحليل القضايا المرتبطة بقانون وسياسة المنافسة ومساعدة البلدان على صياغة سياسات وتشريعات وبناء المؤسسات.
3. الاستثمار والتكنولوجيا وتنمية المشاريع: بحث الاتجاهات العامة للاستثمار الأجنبي المباشر والعلاقات المتبادلة بينه وبين التجارة والتكنولوجيا والتنمية، والآثار الإنمائية الناشئة عن إمكانية إيجاد إطار متعدد الأطراف بشأن الاستثمار وتحليل سياسات وآليات الدعم لتنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم، ومساعدة هذهِ البلدان على جذب الاستثمارات الأجنبية وتحسين المناخ التي تعمل فيها، ودعم البرامج التدريبية بشان إنشاء وتنمية المشاريع في البلدان النامية.
4. الهياكل الأساسية للخدمات والكفاءة في التجارة: مساعدة البلدان النامية وتحسين كفاءة الخدمات الداعمة للتجارة من خلال التعاون الفني والنهوض

بالتجارة الإلكترونية العالمية عن طريق تسهيل الوصول للمعلومات التكنولوجيا لكل الفاعلين في التجارة الدولية.

ويعقد مؤتمر الأونكتاد (UNCTAD) على المستوى الوزاري مرة كل أربع سنوات يحضر المؤتمر وزراء وممثلون من الدول الأعضاء بالأونكتاد ومسئولون من المنظمات الدولية والمجتمع المدني والخبراء ورجال الأعمال والمستثمرين وقد انعقدت مجموعة من المؤتمرات السابقة وهى كالتالي:

1. المؤتمر الأول: جنيف (سويسرا) عام 1964م.
2. المؤتمر الثاني: نيودلهي (الهند) عام 1986م.
3. المؤتمر الثالث: سامت آغو دى شيلى (شيلى) عام 1972م.
4. المؤتمر الرابع: نيروبي (كينيا) عام 1976م.
5. المؤتمر الخامس: مانيلا (الفلبين) عام 1979م.
6. المؤتمر السادس: بلغراد (يوغسلافيا السابقة) عام 1983م.
7. المؤتمر السابع: جنيف (سويسرا) عام 1987م.
8. المؤتمر الثامن: كار تاجينا دي لاس إينديااس (كولومبيا) عام 1992م.
9. المؤتمر التاسع: مدر اند (جنوب إفريقيا)عام 1996م.
10. المؤتمر العاشر: بانكوك (تايلاند) عام 2000م.
11. المؤتمر الحادي عشر: ساوى باولو(البرازيل)عام 2004م.
12. المؤتمر الثاني عشر: أكرا (غانا) عام 2008 م.

ومنذ انعقاد أول قمة للمؤتمر، ومروراً بسلسلة المؤتمرات التي يتمّ عقدها كل أربع سنوات تركز العمل الأساسي للأونكتاد على عدة محاور أهمها:

- تشجيع صادرات الدول النامية من السلع المصنعة ونصف المصنعة من خلال العمل على تيسير نفاذها إلى أسواق الدول المتقدمة معفاة من التعريفات.

- العمل على ضمان استقرار أو ثبات أسعار صادرات البلدان النامية من السلع والمنتجات الأولية.
- مساعدة الدول النامية على توسيع تجارتها من خلال نظام الأفضلية، وهو عبارة عن منح مزايا وإعفاءات لصادرات الدول النامية، الذي نجحت المنظمة في إدخاله وما ترتب عليه من إعطاء الدول النامية فرص تصدير أوسع.
- دعم التعاون الاقتصادي والمالي والتكنولوجي فيما بين البلدان النامية.

وبالإضافة إلى ما سبق فقد عنيت القمم التي عقدتها الأونكتاد حتى الآن بإبراز العديد من المشكلات في البلدان النامية؛ لتكون في بؤرة اهتمام المجتمع الدولي مثل: مشكلات الفقر والديون، والتخلف الاقتصادي والتكنولوجي، والمشكلات المرتبطة بالانخراط في الاقتصاد العالمي كالشروط غير المنصفة للتجارة العالمية وقصور المساعدات الإنمائية والآثار الجانبية لظواهر التكتلات والاندماجات الدولية على اقتصاديات البلدان النامية.

وإستكمالاً للفروع المتشعبة عن منظمة الأمم المتحدة فإن هناك فرع جديد وهو:

د. برنامج الاهتمام بالبيئة وهو برنامج الأمم المتحدة للبيئة (UNEP يونيب):

وهو جهة النشاط المعني بالبيئة والتابع لمنظمة الأمم المتحدة حيث أنشئ اليونيب وقت انعقاد مؤتمر الأمم المتحدة لبيئة الإنسان في مدينة ستوكهولم بالسويد في يونيو عام 1972 ويقع مقره في مدينة نيروبي في كينيا ولدى البرنامج ستة مكاتب إقليمية في مناطق مختلفة من العالم.

وبرنامج الأمم المتحدة للبيئة تأسس لتشجيع قيام شراكات لرعاية البيئة على نحو يتيح للأمم والشعوب تحسين نوعية حياتها دون إضرار بنوعية حياة الأجيال المقبلة، كما يقيم الاحتفاليات الدولية والفعاليات مثل يوم البيئة العالمي في 5 يونيو من كل عام.

ويتبع البرنامج نظام الرصد والتقييم والإنذار المبكر في مجال البيئة حول العالم وكذلك تشجيع النشاط البيئي حول العالم وزيادة الوعي المجتمعي بالقضايا البيئية والقيام بعملية تبادل المعلومات عن التكنولوجيات السليمة بيئياً وإتاحتها للجميع وتقديم المشورة التقنية والقانونية والمؤسساتية للحكومات والمنظمات الإقليمية.

وكذلك من الفروع التابعة عن منظمة الأمم المتحدة البرنامج التالي وهو:

- **مجلس وبرنامج للاهتمام بالغذاء العالمي والزراعة – الفاو – (FAO):**

وهي منظمة الغذاء والزراعة، والتي تسمى (الفاو) والتي تهدف إلى تطوير المستويات الزراعية، وزيادة الإنتاج الزراعي ويقصد بها منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة أو اختصاراً منظمة الأغذية والزراعة (الفاو) (وبالإنجليزية Food and Agriculture Organization, FAO) وهي إحدى المنظمات المتخصصة التابعة للأمم المتحدة والتي تقود الجهود الدولية للقضاء على الجوع في العالم. ويقوم بإدارتها حالياً السنغالي: جاك ضيوف وتقوم الفاو بخدمة الدول المتقدمة والدول النامية على حد سواء، وتعمل منظمة الأغذية والزراعة كمنتدى محايد حيث تتقابل الأمم كلها على أساس الند للند لمفاوضة الاتفاقيات وسياسات المناقشة. وتعتبر الفاو أيضاً كمصدر للمعرفة والمعلومات الدقيقة وتقوم بمساعدة البلدان النامية والبلدان في مرحلة التطور على تطوير وتحسين ممارسات الزراعة، والغابات ومصايد الأسماك، كافلة بذلك التغذية الجيدة والأمن الغذائي للجميع وشعار المنظمة باللاتينية هو: أوجدوا خبزاً.

وقد تم تأسيس منظمة الأغذية والزراعة في السادس عشر من أكتوبر عام 1945 في كندا.

وفي عام 1951 تم نقل المقر الرئيسي للمنظمة من واشنطن، من الولايات المتحدة إلى روما، إيطاليا.

ويدأ من السادس عشر من أبريل عام 2006 أصبحت تضم منظمة الأغذية والزراعة نحو 190 عضو.

وتهدف المنظمة إلى النهوض بمستويات التغذية، وتحسين القدرة الإنتاجية الزراعية، وترقية الأوضاع المعيشية لسكان الريف، والإسهام في نمو الاقتصاد العالمي. وتحقيق الأمن الغذائي للجميع هو غاية الفاو، والتأكد من إمكانية وصول غذاء عالي الجودة للناس على أسس يومية بحيث يستطيع الفرد أن يعيش عيشة نشطة صحية.

ويحكم الفاو مؤتمر الأمم الأعضاء، والذي يعقد كل سنتين لمراجعة العمل الذي أنجزته منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة.

وتتولى منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة قيادة الجهود الدولية الرامية إلى دحر الجوع. وفي نطاق ما تقدمه من خدمات للبلدان المتقدمة والنامية على حدٍ سواء، توفر المنظمة منتدى محايداً تلتقي فيه البلدان سواسية للتفاوض بشأن الاتفاقات ومناقشة السياسات وفضلاً عن كونها مصدراً للمعارف والمعلومات، تقدم المنظمة المساعدة للبلدان النامية وبلدان مرحلة التحول لتحديث وتطوير الممارسات الخاصة بقطاعات الزراعة والغابات ومصايد الأسماك، وضمان مستوى جيد من التغذية للجميع.

وقد أولت المنظمة، منذ أن تأسست عام 1945، اهتماماً خاصاً للمناطق الريفية النامية، والتي تضم 70 ٪ من الفقراء والجياع في العالم.

وتتمثل مهمة المنظمة في النهوض بمستويات التغذية، وتعزيز القدرة الإنتاجية الزراعية، وتحسين الأوضاع المعيشية لسكان الريف، والإسهام في نمو الاقتصاد العالمي.

وتوفر المنظمة ذلك النوع المتميز من المعونة الذي يمكّن الناس والبلدان من مساعدة أنفسهم بأنفسهم وإذا ما توافرت الرغبة لدى مجتمع محلي لزيادة

غلاته المحصولية وافتقر إلى المهارات التقنية اللازمة لتحقيق ذلك، فإن المنظمة توفر له الأدوات والتقنيات البسيطة والمستدامة.

وتعمل المنظمة على إتاحة المعلومات وتوفير البيانات حيث تستعين بخبرة موظفيها من المختصين في ميادين الزراعة والغابات ومصايد الأسماك والثروة الحيوانية والتغذية وعلم الاجتماع والاقتصاد والإحصاء، وغيرهم من المهنيين، في جمع وتحليل البيانات ونشرها لخدمة التنمية.

كما تضع المنظمة خبرتها المديدة تحت تصرف الأعضاء لرسم السياسات الزراعية ودعم التخطيط وإعداد التشريعات الفعالة، وإرساء الإستراتيجيات القطرية اللازمة لتحقيق أهداف التنمية الريفية والتخفيف من وطأة الجوع.

وفي ظل الأزمة المالية العالمية الحالية والتي بدأت عام 2008 والتي ترتب عليها ارتفاعاً كبيراً في أسعار المواد الغذائية، مما تسبب في أن بعض الناس في بعض الدول الفقيرة أصابتهم مجاعة الجوع، وزاد عدد الناس في العالم الذين يتعرضون للجوع وقلة الغذاء حتى وصل عددهم إلى 963 مليون نسمة خلال عام 2008. وبسبب تأثيرات الأزمة المالية العالمية عام 2010 وصل عدد الجائعين في العالم نحو مليار إنسان.

وقد اضطرت الهيئة المسئولة عن برنامج الغذاء العالمي لمضاعفة ميزانيتها لمساعدة المحتاجين ويهدف برنامج الأغذية العالمي إلى مساعدة أكثر من 90 مليون شخص في أكثر من سبعين دولة ولكن ومع ذلك فإنها لم تستطع إيصال المساعدات للفقراء بشكل مطلوب.

وهناك منظمة أخرى تابعة للأمم المتحدة وهي:

و. منظمة التنمية الصناعية:

وهي منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية: (**UNIDO**):

ومنظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية هي وكالة متخصصة في منظمة الأمم المتحدة، ومقرها في فيينا بالنمسا وكان الهدف الرئيسي للمنظمة هو تعزيز وتسريع التنمية الصناعية في الدول النامية وتعزيز التعاون الصناعي الدولي وتعمل المنظمة من أجل تحسين نوعية حياة الفقراء في العالم من خلال الاعتماد على مواردها العالمية المشتركة بهدف الحد من الفقر من خلال الأنشطة الإنتاجية وبناء القدرات التجارية كما تشجع التنمية الصناعية المستدامة في البلدان ذات الاقتصاديات النامية وتقوم بتسخير القوى المشتركة للحكومات والقطاع الخاص لتشجيع الإنتاج الصناعي القادر على المنافسة، وتعمل على إقامة شراكات صناعية دولية وتشجع التنمية الصناعية وتهدف لوجود قوة اقتصادية على المدى الطويل في كثير من دول العالم.

ومن أشهر المدراء التنفيذيون لليونيدو (UNIDO) هم:

- إبراهيم حلمي – مصر – من عام 1967 – 1974.
- عبد الرحمن خان – الجزائر – للأعوام 1975 – 1985.

وبحلول عام 2009 م، أصبحت 172 دولة مشتركة ولها عضوية في اليونيدو (UNIDO). والمنظمة يعمل فيها أكثر من 2000 خبير دولي متوزعون حول دول العالم.

وكذلك هناك منظمة تابعة للأمم المتحدة وهي:

ز. الصندوق العالمي للطفولة:

وهو صندوق يقدم الرعاية والاهتمام بالطفولة ويسمى (اليونيسيف) والذي تم تأسيسه عام 1964م ، وتهتم هذه المنظمة بالأطفال وتقدم لهم العديد من الخدمات مثل:

1. توفير تعليم إلزامي جيد للأطفال.
2. الحد من إنتشار الأمراض بين الأطفال.

3. الوقاية من فيروس المناعة البشرية بين الشباب والأسر والأطفال والنساء.
4. تعليم النساء والاهتمام بالمرأة.
5. تحسين الصحة العالمية للأطفال والنساء.
6. تقديم المساعدات للنساء والأسر والأطفال والعائلات.
7. الاهتمام بحقوق المرأة.
8. المساواة بين حقوق المرأة والرجل.
9. الاهتمام بحقوق الإنسان.
10. تقديم الرعاية الإجتماعية ونشر برامج الوقاية والصحة.

اليونيسيف (UNICEF):

هي اختصارا لـ (United Nations Children's Emergency Fund) أو صندوق الأمم المتحدة للطفولة.

وتأسس صندوق الأمم المتحدة للأطفال في ديسمبر من عام 1946 بفضل الإجماع في تصويت الدورة الأولى للجمعية العامة للأمم المتحدة.

وتقرر أن يقدم صندوق الأمم المتحدة الدولي لرعاية الطفولة بتقديم إغاثة قصيرة الأجل للأطفال في فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية في أوروبا.

واليونيسيف هي منظمة تابعة للأمم المتحدة وهي الوكالة الحكومية الوحيدة المكرسة للأطفال، والمفوضة من قبل حكومات العالم لتعزيز وحماية حقوق الأطفال ورفاهيتهم.

وتشترك منظمات المجتمع المدني، بما فيها الشركاء من المنظمات الدولية غير الحكومية، بشكل كبير في أعمال اليونيسيف في أكثر من 158 دولة تمارس فيها اليونيسيف نشاطها.

وحيث أن الأطفال في مختلف أنحاء العالم يواجهون دوامة مستمرة من المرض والفقر تحبط التنمية العالمية، فقد كانت مهمة اليونيسيف هي مهمة قيمة وشاقة.

وفي عام 1980 توفي حوالي 15 مليون طفل لأسباب صحية ومرضية وظروف أخرى متعددة.

ومن المنظمات التابعة للأمم المتحدة هي:

ح. منظمة العمل الدولية:

وقد تأسست منظمة العمل الدولية – (ILO) – عام 1919 و مقرها مدينة جنيف في سويسرا، كردة فعل على نتائج الحرب العالمية الأولى وتأثرت بعدد من التغيرات والاضطرابات على مدى عدة عقود زمنية، وتعتمد على ركيزة دستورية أساسية وهي أن السلام العادل والدائم لا يمكن أن يتحقق إلا إذا استند على العدالة الاجتماعية، ومنظمة العمل الدولية حددت الكثير من العلامات المميزة للمجتمع الصناعي مثل تحديد ساعات العمل في ثماني ساعات، وسياسات الاستخدام وسياسات أخرى تتعلق حول السلامة في مكان العمل والعلاقات الصناعية السليمة، وهناك منظمة العمل الدولية الخاصة في الدول العربية وهي منظمة العمل الدولية في الدول العربية وهي إحدى وكالات الأمم المتحدة المتخصصة، وهي المنظمة الوحيدة ضمن منظومة الأمم المتحدة التي تتميز بتركيبتها الثلاثية والتي تضم – في آنٍ واحد – كل من الحكومات ومنظمات عمال وأصحاب عمل، ويقوم المكتب الإقليمي للدول العربية التابع لمنظمة العمل الدولية بأنشطة ومشاريع في كل من البحرين والعراق والأردن والكويت ولبنان وعمان وقطر والمملكة العربية السعودية وسوريا والإمارات العربية المتحدة واليمن، وقد تم تأسيس المكتب الإقليمي للدول العربية التابع لمنظمة العمل الدولية في بيروت عام 1976 وأعيد افتتاحه بعد نهاية الحرب الأهلية اللبنانية عام 1995، كما يقوم المكتب شبه الإقليمي التابع لمنظمة العمل الدولية في القاهرة بتغطية أعمال لعدد من الدول العربية في القارة الإفريقية بما فيها: مصر والسودان والصومال وليبيا وتونس والجزائر والمغرب، وهناك العديد من التحديّات الإجتماعية والإقتصادية

الرئيسية التي تواجه الدول العربية في استحداث وظائف للقوى العاملة السريعة النمو من جهة والارتقاء بمعايير العيش والعمل من جهة أخرى، إلى جانب ضمان احترام حقوق العمال الأساسية وتعزيز الحوار الإجتماعي، وتسجّل المنطقة العربية أعلى نسبة بطالة في العالم كما يبلغ معدّل البطالة لدى الشباب أربعة أضعاف معدّل البطالة لدى البالغين. بالإضافة إلى ذلك، عانت البلدان العربية خلال العقود الماضية من استمرار عدم المساواة وضعف أنظمة الحماية الاجتماعية وهشاشة مؤسسات الحوار الإجتماعي إلى جانب عجز كبير في ضمان العمل اللائق ، وفي شهر أكتوبر من العام 2009، اجتمع ممثلو الحكومات ومنظمات العمال وأصحاب العمل من 22 بلد عربي في المنتدى العربي للتوظيف والتشغيل الأول وبادروا إلى دعم أجندة إقليمية من أجل التخفيف من حدة آثار الأزمة المالية والاقتصادية العالمية، وتماشياً مع الميثاق العالمي لفرص العمل تم إعلان منظمة العمل الدولية عن عولمة العمل العربي وتم وضع إستراتيجية للعمل في الدول العربية للأعوام 2020 – 2010، كما تمّ تأليف لجنة ثلاثية بدعم من منظمة العمل العربية ومنظمة العمل الدولية سعياً إلى المضي قدماً في تطبيق مواضيع التوظيف والاستخدام وتبادل المعارف والخبرات بين البلدان العربية وقد عقدت اللجنة الثلاثية التابعة للمنتدى العربي للتشغيل إجتماعها النصف السنوي الأوّل في شهر مايو من العام 2010 في القاهرة واجتمعت للمرّة الثانية للحوار حول قضايا التشغيل والتوظيف ولكن للأسف لا فائدة ولا تنفيذ ولا تطبيق عملي ولا جدوى وغالب هذه الاجتماعات في الدول العربية شكلية وتحتاج إلى التطبيق والتنفيذ والمصداقية.

كما أن هناك بنك تابع للأمم المتحدة وهو:

1. **بنك الإعمار والإنشاء والتنمية الدولية:**

التابع للأمم المتحدة والمتفرع عن البنك الدولي.

2. البنك الدولي (IBRD):

وهو البنك الذي يسمى بالبنك الدولي للإنشاء والتعمير وهو البنك الدولي للإنشاء والتعمير (IBRD).

وهذا البنك هو منشأة خاصة بالأمم المتحدة وهذه المنشأة هي واحدة من خمس مؤسسات التي تؤلف مجموعة البنك الدولي ويعتبر البنك الدولي للإنشاء والتعمير منظمة دولية وكانت مهمته التمويل لإعادة بناء الدول التي دمرتها الحرب العالمية الثانية، والبنك الدولي للإنشاء يقدم القروض إلى الحكومات، والمؤسسات العامة، كما أن أعضاء البنك الدولي للإنشاء والتعمير يصل لـ 180 دولة عضوه في البنك الدولي.

أنظمة وقوانين منظمة النقد الدولية:

أنشأت الدول الغربية في نهاية الحرب العالمية الثانية مؤسستين اقتصاديتين على قدر كبير من الأهمية هما: صندوق النقد الدولي والبنك الدولي، وتلا ذلك إنشاء منظمة التجارة العالمية ليستكمل بها الإطار المؤسسي الدولي على الصعيد الاقتصادي. وهذه المنظمات تسيطر عليها الدول الصناعية وتوجهها لتحقيق مصالحها وعلى رأسها عولمة الاقتصاد الدولي، وفي الوقت نفسه إضعاف نفوذ الدول النامية في تلك المنظمات لتصبح الدول الكبرى مهيمنة على شؤون الاقتصاد الدولي. وفيما يخص صندوق النقد الدولي فإنه لم يختلف عن كل من البنك الدولي ومنظمة التجارة العالمية فيما يتعلق بتوافق أهدافهم مع أهداف العولمة الاقتصادية.

فمثلاً من أهداف صندوق النقد الدولي تيسير التوسع والنمو المتوازن في التجارة الدولية، ومن ثم الإسهام في تحقيق مستويات مرتفعة من التشغيل والدخل الحقيقي، وتنمية الموارد الإنتاجية للبلدان الأعضاء.

على أن يكون ذلك من الأهداف الأساسية لسياساتها الاقتصادية، وإلغاء القيود المفروضة على معاملات الصرف المعرقلة لنمو التجارة الدولية، وهو ما يتفق مع أهداف العولمة الاقتصادية التي تدعو إلى تطابق الاتجاهات العالمية فيما يتعلق بتحرير أسواق التجارة ورأس المال، وزيادة الإنتاج، وتهيئة فرص النمو الاقتصادي على المستويين المحلي والعالمي، وزيادة حجم التجارة العالمية؛ ما يؤدي إلى الانتعاش الاقتصادي العالمي، وزيادة رأس المال في العالم بالاستعمال الأفضل للعمال ذوي الإنتاج المرتفع.

وفيما يلي شرح مفصل وتعريف شامل بصندوق النقد الدولي كما يلي:

صندوق النقد الدولي:

صندوق النقد الدولي: هو وكالة متخصصة من منظومة بريتون وودز أنشئ بموجب معاهدة دولية في عام 1945 للعمل على تعزيز سلامة الاقتصاد العالمي.

ويقع مقر الصندوق في واشنطن العاصمة، ويديره أعضاؤه الذين يشملون جميع بلدان العالم تقريباً بعددهم البالغ 186 بلداً، وقد أنشئ صندوق النقد الدولي مع نهاية الحرب العالمية الثانية في سياق السعي لبناء نظام اقتصادي دولي جديد أكثر استقراراً وتجنباً لأخطاء العقود السابقة التي أسفرت عن خسائر فادحة، وعلى مدى الستين عاما الماضية، ظل الصندوق في حالة تغير وتكيف دائمة، غير أنه تشكل منذ إنشائه بفعل أحداث التاريخ وتأثر بالأفكار الاقتصادية والسياسية السائدة على مر السنين، وحين اجتمع أعضاء وفود 44 بلداً في بريتون وودز بولاية نيوهامبشير في يوليوز 1944 لإنشاء مؤسستين تحكمان العلاقات الاقتصادية الدولية في أعقاب الحرب العالمية الثانية، كان تركيزهم منصباً على تجنب تكرار الإخفاقات التي مني بها مؤتمر باريس للسلام الذي وضع نهاية للحرب العالمية الأولى، فرؤوا أن تأسيس بنك دولي للإنشاء والتعمير من شأنه العمل على استعادة

النشاط الاقتصادي، وأن إقامة صندوق نقد دولي من شأنه المساعدة في استعادة قابلية تحويل العملات والنشاط التجاري متعدد الأطراف، وبالنسبة لكل من جون مايناردكينز، رجل الاقتصاد الذي ترأس الوفد بريطانيا، وهاري ديكستر وايت، صاحب الإسهام الأكبر في صياغة اتفاقية تأسيس الصندوق ممثلاً للوفد الأمريكي، كان المبدأ الحافز لإنشاء الصندوق هو تحقيق النمو الاقتصادي بعد الحرب العالمية الثانية بإنشاء مؤسسة تحول دون الانعكاس إلى هوة الانغلاق والحماية، وليس فقط تجنب تكرار الكساد الكبير، وصندوق النقد الدولي هو المؤسسة المركزية في النظام النقدي الدولي – أي نظام المدفوعات الدولية وأسعار صرف العملات الذي يسمح بإجراء المعاملات التجارية بين البلدان المختلفة، ويهدف الصندوق منع وقوع الأزمات في الدول عن طريق تشجيع البلدان المختلفة على اعتماد سياسات اقتصادية سليمة، كما أنه – كما يتضح من اسمه – صندوق يمكن أن يستفيد من موارده الأعضاء الذين يحتاجون إلى التمويل المؤقت لمعالجة ما يتعرضون له من مشكلات في ميزان المدفوعات.

وتتضمن الأهداف القانونية لصندوق النقد الدولي تيسير التوسع والنمو المتوازن في التجارة الدولية، وتحقيق استقرار أسعار الصرف، وتجنب التخفيض التنافسي لقيم العملات، وإجراء تصحيح منظم لاختلال موازين المدفوعات التي تتعرض لها البلدان ولتحقيق هذه الأهداف، يقوم الصندوق بما يلي:

- مراقبة التطورات والسياسات الاقتصادية والمالية في البلدان الأعضاء وعلى المستوى العالمي، وتقديم المشورة بشأن السياسات لأعضائه استناداً إلى الخبرة التي اكتسبها منذ تأسيسه.
- إقراض البلدان الأعضاء التي تمر بمشكلات في موازين مدفوعاتها، ليس فقط لإمدادها بالتمويل المؤقت وإنما أيضاً لدعم سياسات التصحيح والإصلاح الرامية إلى حل مشكلاتها الأساسية.

- تقديم المساعدة الفنية والتدريب في مجالات خبرة الصندوق إلى حكومات البلدان الأعضاء وبنوكها المركزية، ويهتم صندوق النقد الدولي في إشرافه على السياسات الاقتصادية للبلدان الأعضاء بأداء الاقتصاد ككل – وهو ما يشار إليه في الغالب بأداء الاقتصاد الكلي.

ويشمل هذا الأداء الإنفاق الكلي (وعناصره الأساسية مثل الإنفاق الاستهلاكي واستثمارات الأعمال) والناتج وتوظيف العمالة والتضخم، وكذلك ميزان المدفوعات في البلد المعني – أي ميزان معاملاته مع بقية العالم، ويركز الصندوق أساساً على السياسات الاقتصادية الكلية للبلدان – أي السياسات المتعلقة بميزان الحكومة، وإدارة النقد والائتمان وسعر الصرف – وسياسات القطاع المالي بما في ذلك تنظيم البنوك والمؤسسات المالية الأخرى والرقابة عليها، وإضافة إلى ذلك يوجه صندوق النقد الدولي اهتماماً كافياً للسياسات الهيكلية التي تؤثر على أداء الاقتصاد الكلي – بما في ذلك سياسات سوق العمل التي تؤثر على سلوك التوظيف والأجور، ويقدم الصندوق المشورة لكل بلد عضو حول كيفية تحسين سياسته في هذه المجالات، بما يتيح مزيداً من الفاعلية في السعي لبلوغ أهداف مثل ارتفاع معدل توظيف العمالة، وانخفاض التضخم، وتحقيق النمو الاقتصادي القابل للاستمرار – أي النمو الذي يمكن أن يستمر بغير أن يؤدي إلى مصاعب كالتضخم ومشكلات ميزان المدفوعات، ويقوم صندوق النقد الدولي بما يلي:

1. تشجيع التعاون الدولي في الميدان النقدي بواسطة هيئة دائمة تهيئ سبل التشاور والتآزر فيما يتعلق بالمشكلات النقدية الدولية.
2. تيسير التوسع والنمو المتوازن في التجارة الدولية، وبالتالي الإسهام في تحقيق مستويات مرتفعة من العمالة والدخل الحقيقي والمحافظة عليها، وفي

تنمية الموارد الإنتاجية لجميع البلدان الأعضاء، على أن يكون ذلك من الأهداف الأساسية لسياستها الاقتصادية.

3. العمل على تحقيق الاستقرار في أسعار الصرف والمحافظة على ترتيبات صرف منتظمة بين البلدان الأعضاء، وتجنب التخفيض التنافسي في قيم العملات.

4. المساعدة على إقامة نظام مدفوعات متعدد الأطراف فيما يتعلق بالمعاملات الجارية بين البلدان الأعضاء، وعلى إلغاء القيود المفروضة على عمليات الصرف والمعرقلة نمو التجارة العالمية.

5. تدعيم الثقة لدى البلدان الأعضاء، متيحاً لها استخدام موارده العامة مؤقتاً بضمانات كافية، كي تتمكن من تصحيح الاختلافات في موازين مدفوعاتها دون اللجوء إلى إجراءات مضرة بالرخاء الوطني أو الدولي، كما أن صندوق النقد الدولي مسؤول أمام بلدانه الأعضاء، وهي مسؤولية تمثل عنصراً لازماً لتحقيق فعاليته ويتولى القيام بأعمال الصندوق اليومية مجلس تنفيذي يمثل البلدان الأعضاء، وهيئة موظفين دوليين يقودهم المدير العام وثلاث نواب للمدير العام – علماً بأن كل عضو في فريق الإدارة يتم اختياره من منطقة مختلفة من العالم. وتأتي الصلاحيات المفوضة للمجلس التنفيذي في تسيير أعمال الصندوق من مجلس المحافظين، صاحب السلطة الإشرافية العليا، ومجلس المحافظين، الذي يضم ممثلين لكل البلدان الأعضاء، هو صاحب السلطة العليا في إدارة صندوق النقد الدولي، وهو يجتمع في العادة مرة واحدة سنوياً خلال الاجتماعات السنوية لصندوق النقد الدولي والبنك الدولي. ويقوم كل بلد عضو بتعيين محافظ – عادة ما يكون هو وزير المالية أو محافظ البنك المركزي في ذلك البلد – ومحافظ مناوب. ويبت مجلس المحافظين في قضايا السياسات الكبرى، ولكنه فوض المجلس التنفيذي

في اتخاذ القرارات المتعلقة بأعمال الصندوق اليومية. ويجري النظر في قضايا السياسات الأساسية المتعلقة بالنظام النقدي الدولي مرتين سنوياً في إطار لجنة من المحافظين يطلق عليها اسم اللجنة الدولية للشؤون النقدية والمالية، (وهي التي كانت تعرف باسم اللجنة المؤقتة حتى سبتمبر 1999).

أما لجنة التنمية، وهي لجنة مشتركة بين مجلس محافظي صندوق النقد الدولي والبنك الدولي فهي تقدم المشورة إلى المحافظين وترفع إليهم تقاريرها حول سياسات التنمية والمسائل الأخرى التي تهم البلدان النامية، ويتألف المجلس التنفيذي من 24 مديراً، ويرأسه المدير العام للصندوق، ويجتمع المجلس التنفيذي عادة ثلاث مرات في الأسبوع في جلسات يستغرق كل منها يوماً كاملاً، ويمكن عقد اجتماعات إضافية إذا لزم الأمر، وذلك في مقر الصندوق في واشنطن العاصمة وتخصص مقاعد مستقلة في المجلس التنفيذي للبلدان المساهمة الخمسة الكبرى – وهي الولايات المتحدة واليابان وألمانيا وفرنسا والمملكة المتحدة – إلى جانب الصين وروسيا والمملكة العربية السعودية، أما المديرون الستة عشر الآخرون فتتولى انتخابهم مجموعات من البلدان تعرف باسم الدوائر الانتخابية (constituencies) لفترات مدتها عامين، كما أن المصدر الرئيسي لموارد صندوق النقد الدولي هو اشتراكات الحصص (أو رأس المال) التي تسددها البلدان عند الانضمام إلى عضوية الصندوق أو في أعقاب المراجعات الدورية التي تزاد فيها الحصص. وتدفع البلدان 25٪ من اشتراكات حصصها بحقوق السحب الخاصة(الذهب الورقي) و75٪ بعملته الوطنية، لأغراض الإقراض حسب الحاجة. وتحدد الحصص ليس فقط مدفوعات الاشتراك المطلوبة من البلد العضو، وإنما أيضاً عدد أصواته وحجم التمويل المتاح له من الصندوق ونصيبه من مخصصات حقوق السحب الخاصة.

والهدف من الحصص عموماً هو أن تكون بمثابة مرآة لحجم البلد العضو النسبي في الاقتصاد العالمي، فكلما ازداد حجم اقتصاد العضو من حيث الناتج وازداد اتساع تجارته وتنوعها، ازدادت بالمثل حصته في الصندوق. والولايات المتحدة الأمريكية، أكبر اقتصاد في العالم، تسهم بالنصيب الأكبر في صندوق النقد الدولي حيث تبلغ حصتها 17.6٪ من إجمالي الحصص.

وفيما يلي بعض من سياسات صندوق النقد الدولي التي يتبعها في سبيل عولمة الاقتصاد الدولي:

سياسات صندوق النقد الدولي لمعالجة الفجوة بين الادخار والاستثمار:

يرى صندوق النقد أن البلدان النامية تعاني من نقص شديد في الادخار وفي الوقت نفسه تحتاج إلى استثمارات كبيرة، وينتج عن ذلك وجود فجوة كبيرة بين الادخار والاستثمار؛ ما يعيق تحقيق تنمية حقيقية في هذه الدول. وهذه الفجوة تعد خللاً من وجهة نظر صندوق النقد الدولي، ويتطلب معالجته بعدة سياسات أهمها: تحرير معدل الفائدة المصرفية، وتطوير سوق الأوراق المالية، وتشجيع الاستثمار الأجنبي المباشر.

وفيما يلي الحديث بإيجاز عن أهم تلك السياسات وهو:

تحرير معدل الفائدة المصرفية:

حيث أنه من سياسات صندوق النقد الدولي القيام بتحرير معدل الفائدة المصرفية حيث تتجه الكثير من البلدان النامية إلى فرض حدود قصوى لمعدلات الفائدة الاسمية؛ ما يجعل معدلات الفائدة الحقيقية سالبة في الدول التي تزداد فيها معدلات التضخم عن معدلات الفائدة الإسمية، كما أنها تؤدي إلى وجود معدلات متعددة للفائدة حسب أولوية القطاعات الاقتصادية. وقد تلجأ تلك

الدول إلى مثل هذه السياسة؛ لتشجيع الاستثمار في بعض القطاعات أو للمساهمة في تمويل عجز الموازنة العامة، بإقراض بعض المشروعات المملوكة للدولة بمعدلات فائدة منخفضة، أو اشتراط الحكومة على المصارف التجارية أن تشتري سندات حكومية بفوائد منخفضة. وهذا الإجراء لا يشجع المدخرين على إيداع أموالهم؛ بسبب انخفاض معدل الفائدة، فيبقى الادخار في المصارف منخفضاً، وتبقى مشكلة فجوة الموارد المحلية. ومنذ بداية الثمانينيات من القرن الماضي أخذ الصندوق يوجه النظر إلى الخلل الكبير الذي يؤثر في تشكيل معدلات الفائدة في البلدان النامية. ودعا إلى إعادة هيكلة شاملة للفكر الذي تطرحه النظرية الكينزية لتنظيم القطاع المالي، الذي يجعل الادخار مرتبطاً بالدخل وغير مرن بالنسبة إلى معدل الفائدة، وأنه يجب المحافظة على معدل الفائدة عند مستوى منخفض. وفي نظر خبراء الصندوق تنتج هذه السياسة المشوهة لمعدل الفائدة أوضاعاً متعددة من الخلل المالي كما يلي:

1. إضعاف حافز الادخار المحلي؛ ما يؤدي إلى هروب رؤوس الأموال إلى الخارج.
2. توجه الاستثمارات إلى مجالات غير منتجة.
3. توجيه التسليف المصرفي إلى القطاعات ذات الأولوية مثل القطاع الزراعي، وترك القطاعات التي لا تتمتع بالأولوية كقطاع التجارة.
4. تحديد مستويات منخفضة لمعدلات الفائدة الاسمية؛ ما يجعل معدلات الفائدة الحقيقية سالبة بسبب التضخم.

لذلك يطالب الصندوق بتحرير معدل الفائدة وتركها لعوامل العرض والطلب، بحجة أن ذلك سيؤدي إلى ارتفاعها بمعدلات أعلى من معدل التضخم، ما يشجع أصحاب الأموال على إيداع أموالهم في البنوك، وزيادة المدخرات المحلية

ومن ثم توجيهها نحو الاستثمار. فهدف هذه السياسة هو جذب رأس المال المحلي والأجنبي بالإضافة إلى إيقاف الانخفاض في أسعار صرف العملات المحلية.

سياسات صندوق النقد الدولي لمعالجة العجز في ميزان المدفوعات:

وأهم السياسات الاقتصادية التي يتبعها صندوق النقد الدولي لمعالجة العجز في ميزان المدفوعات هي: تخفيض قيمة العملة الوطنية، وتحرير الاستيراد من القيود وفتح الأسواق، وإلغاء الرقابة على سوق الصرف الأجنبي. وفيما يلي عرض لها بإيجاز:

1. تخفيض قيمة العملة المحلية: ويطالب الصندوق الدول النامية التي تواجه عجزاً في موازين مدفوعاتها بتخفيض قيمة عملتها الوطنية، بدعوى أن تلك الدول تضع لعملاتها أسعاراً مبالغاً فيها، حيث يكون السعر الرسمي للعملة أكبر بكثير من السعر الحقيقي الذي يتحدد بالعلاقة بين متوسط الأسعار الداخلية ومتوسط الأسعار الخارجية في تحديد السعر وفقاً لقوى العرض والطلب. وحجة الصندوق أن تخفيض قيمة العملة المحلية سيجعل قيمة الوحدة النقدية من العملة المحلية مساوية لعدد أقل من وحدات النقد الأجنبي، فتصبح أسعار صادرات البلد بالنقد الأجنبي رخيصة؛ ما يزيد من الطلب الخارجي عليها، كما يؤدي إلى زيادة دخول منتجي السلع المصدرة بالنقد المحلي؛ ما يشجعهم على زيادة إنتاجهم، فتزيد بذلك صادرات البلد من ناحية الكمية والقيمة؛ ما يحسن وضع السيولة النقدية من النقد الأجنبي ويمكن البلد من الوفاء بالتزاماته الخارجية.

ومن ناحية أخرى فإن تخفيض قيمة العملة المحلية يعني أن ثمن العملات الأجنبية مقومة بالنقد المحلي يصبح مرتفعاً؛ ما يجعل أسعار الواردات من السلع الأجنبية مرتفعة مقومة بالأسعار المحلية، وهذا يقلل من الطلب المحلي عليها، فتكون

النتيجة النهائية لقرار تخفيض العملة المحلية هي زيادة الصادرات وانخفاض الواردات؛ ما يعني تضييق الفجوة أو العجز في الميزان التجاري، ومن ثم الحساب الجاري، فيتحسن وضع ميزان المدفوعات.

وهذه النقطة – تخفيض سعر العملة – غالباً ما تكون عقبة في وجه المناقشات والمفاوضات بين بعثة الصندوق وحكومة البلد المعني لما لها من خطر كبير على الاقتصاد.

2. إلغاء الرقابة على سوق الصرف الأجنبي: سوق الصرف الأجنبي أو سوق النقود كما عرفها البنك الدولي هي سوق تتداول فيها أوراق مالية قصيرة الأجل مثل: أذونات الخزانة وهي أدوات الدَّين قصيرة الأجل التي تصدرها الحكومة من أجل سد العجز في موازنتها. كما تشمل العملات العالمية كالدولار والجنيه الإسترليني.

3. تفرض الدول النامية رقابة على الصرف الأجنبي لما يلي:

1. للاستفادة من العملات الصعبة في دفع فاتورة الاستيراد، وقضاء الديون الخارجية.
2. تحسين وضع ميزان المدفوعات بالحد من الواردات وبخاصة الواردات الاستهلاكية الكمالية.
3. حماية الصناعة المحلية وبرامج التنمية المحلية.
4. المحافظة على استقرار أسعار الصرف، ومنع المضاربة على العملة.
5. وقد فرضت الدول النامية نظاماً رقابياً على سوق الصرف، واشترطت موافقة سلطات الرقابة في الدول على المعاملات الاقتصادية والمالية مع الدول الأخرى، متبعة الوسائل التالية:

1. بيع العملات الأجنبية جميعها لسلطات الرقابة، كما يشترى منها المتطلبات من الصرف الأجنبي. ويسمح أحياناً لبعض المعاملات بأن تجرى في السوق الحرة، لكنها معاملات قليلة.
2. جعل سعر صرف العملة المحلية الرسمي مثبتاً، إلا في حالات المعاملات التي تجرى في قطاع السوق الحرة إن وجدت، ويكون السعر الرسمي للعملة المحلية عادة أعلى من سعر السوق.
3. إلزام المصدرين ومن يحصلون على عملات أجنبية أو سندات أو أسهم مقومة بعملات أجنبية عند بيعها على البنك المركزي بالسعر الرسمي للعملة المحلية.
4. لا تحول رؤوس الأموال المودعة بالمصارف إلا بعد استئذان الجهات المختصة. وتضع الدولة حدوداً للأموال التي يسمح للأفراد بحملها معهم عند خروجهم من الدولة، كما تحدد الأموال التي يسمح للأفراد بإدخالها معهم.
5. تدفع الدولة مالاً للمصدر للمحافظة على سعر الصرف الرسمي دون تغيير، وأما المستورد فيدفع رسماً إلى الدولة للحصول على العملات الأجنبية بالأسعار الرسمية.
6. الأخذ بسعر الصرف المتعدد، ويقصد به تحديد مستويين أو أكثر لأسعار الصرف، يتلاءم كل منهما مع طبيعة النشاط الذي يستعمل فيه. ويهدف هذا النظام إلى تشجيع بعض الأنشطة الاقتصادية والحد من أنشطة أخرى. فمثلاً بينما يفرض سعر صرف مرتفع للعملة لتقليل استيراد الكماليات، يفرض سعر صرف منخفض لتشجيع استيراد المواد الخام والسلع الرأسمالية والغذائية.

ويوصي صندوق النقد الدولي بإلغاء الرقابة على الصرف الأجنبي أو تقليصها إلى أدنى الحدود، بحيث يكون تحويل الأموال من وإلى البلد دون قيود، مع إيجاد سوق حرة للنقد الأجنبي؛ مما يحقق المزايا التالية:

1. تمويل عجز الموازنة العامة للحكومة بأدوات السوق المفتوحة، دون اللجوء إلى زيادة العرض النقدي الذي يؤدي إلى التضخم.
2. ممارسة السياسة النقدية من خلال السوق المفتوحة.
3. تهيئة مرجعية لمعدلات الفائدة.

توفير مصادر أموال بالنسبة إلى الشركات والبنوك، وإمكانية إصدار أوراق تجارية قصيرة الأجل.

سياسة صندوق النقد الدولي في المطالبة بـ: تحرير الاستيراد من القيود وفتح الأسواق:

يطالب صندوق النقد الدولي بتحرير عمليات الاستيراد من القيود وخصوصاً بالنسبة إلى القطاع الخاص؛ لأن تلك القيود تعرقل حركة التجارة وتعيق انسيابها على حد زعم خبراء تلك المنظمات.

وأهم ما تطالب به هذه المنظمات بالنسبة إلى تلك القيود هو إلغاء القيود الكمية، وتخفيض الرسوم الجمركية، وفتح الأسواق.

وفيما يلي سوف نستعرض لهذا البند بإيجاز:

- **مطالبة صندوق النقد الدولي بالقيام بإلغاء قيود الاستيراد الكمية:**

حيث تفرض الدول النامية قيوداً كمية على الواردات من أجل حماية الصناعة المحلية وتخفيض العجز في ميزان المدفوعات. ومن هذه القيود الكمية ما يلي:

أ. الطلب من المستوردين الحصول على تراخيص لاستيراد السلع.

ب. تقييد الاستيراد بكمية معينة وهو ما يسمى بنظام الحصص.

ج. منع استيراد بعض السلع منعاً باتاً.

د. منع استيراد بعض السلع من مناطق معينة.

ويطالب صندوق النقد الدولي بإلغاء هذه القيود، وغيرها من القيود المعرقلة للتجارة الدولية.

- **مطالبة صندوق النقد الدولي بالقيام بتخفيض الرسوم الجمركية:**

الرسوم الجمركية هي الأموال التي تفرض على السلع المستوردة وتحصل عند دخول تلك السلع إلى موانئ الدولة المستوردة. ويهدف فرض الرسوم الجمركية إلى تحقيق ما يلي:

أ. حماية الصناعات المحلية وبخاصة حديثة النشأة من المنافسة الخارجية في السوق الداخلي، حيث إن رسوم الواردات تصبح عنصراً من عناصر قيمة السلعة المستوردة فتصبح قيمتها مرتفعة؛ ما يجعل المستهلك يتحول إلى السلع المحلية؛ ما يؤدي إلى زيادة الإنتاج المحلي.

ب. الحد من الاستهلاك وبخاصة استهلاك السلع الكمالية والترفيه التي يكون معظمها مستورداً؛ ما يوفر العملات الأجنبية اللازمة لاستيراد السلع الضرورية الاستهلاكية منها والرأسمالية.

ج. تحقيق التوازن في ميزان المدفوعات؛ فإن فرض الرسوم الجمركية على الواردات يكون أداة مهمة في تقييد حجم الواردات؛ ما يحد من العجز في ميزان المدفوعات ومن ثم الحد من استنزاف الموارد الاقتصادية.

د. توفير موارد للدولة ربما تصل في بعض الدول النامية إلى ثلث موارد الموازنة العامة.

وجهة نظر صندوق النقد الدولي بشأن قيود الاستيراد:

ويتطلب تحرير الاستيراد من القيود – من وجهة نظر الصندوق – الأخذ بالإجراءات التالية:

أ. توحيد هيكل الرسوم الجمركية وتسهيله، وترشيد منح الإعفاءات الضريبية، وجعل الرسوم على عدد محدد من السلع.

ب. فرض حد أدنى من الرسوم الجمركية على الواردات اللازمة لتنشيط إنتاجية قطاع التصدير، إضافة إلى التخلي عن نظام حصص الاستيراد، والتحول التدريجي إلى نظام التراخيص الحر؛ لتخفيف قيود الاستيراد.

ج. عدم المبالغة في الرسوم الجمركية على المحاصيل والمنتجات الزراعية الأجنبية.

د. عدم المبالغة في سعر الصرف.

إتفاقية الجات – الغات – (GATT):

وهي الاتفاقيات الدولية فيما بين منظمات الأعمال للتجارة الدولية والتي تسمى اتفاقية الجات أو (الغات).(General Agreement on Tariffs and :(Trade: Gatt

وهي الاتفاقية العامة للتعريفات الجمركية والتجارة، وهي منظمة تابعة للأمم المتحدة تأسست عام 1948م بهدف تشجع التجارة الحرة بين الأمم عن طريق فرض تعرفة جمركية قليلة وإلغاء نظام الحصص وكبح الدعم والإعانات الحكومية.

وقد بدأت آخر جولة من المباحثات في أورغواي عام 1986م، بهدف وقف القيود المفروضة على تجارة المواد المصنعة و الزراعة والأنسجة والخدمات وكان من المتوقع حسب الخطة أن تنتهي المحادثات عام 1990م، ولكنها انتهت إلى طريق مسدود في ديسمبر عام 1990م بعد فشل المفاوضات في الوصول إلى اتفاق لتقليل دعم المزارع، ومع ذلك وافق مفاوض المجموعة الأوربية في نوفمبر من عام 1992م على تخفيض مبرمج للمعونات الزراعية ، ولكن لم يحظ بدعم الحكومة الفرنسية، وقد احتج المزارعون في فرنسا والمجموعة الأوربية على إلغاء الدعم والتي تتفرع عنها كلاً من:

1. تأسيس منظمة العمل.
2. تأسيس منظمة التجارة والتنمية.
3. تأسيس برامج الإغاثة الدولية.
4. تأسيس منظمة للتعاون الاقتصادي والتنمية الاقتصادية فيما الدول الصناعية للتعاون والتطوير الصناعي والتنمية المالية والتجارية، والاهتمام بالتكنولوجيا المتطورة في العالم.

ومن الجدير بالذكر هنا في كتابنا هذا أن هناك إتفاقيات أخرى حيث تم إنشاء اتفاقيات دولية تهتم بتوحيد الأسعار للسلع والبضائع التي يتم تصديرها للدول النامية، وتهدف هذه الاتفاقية على تطوير اقتصاديات الدول النامية، وتسعى للتعاون التجاري الدولي فيما بين مجموعة من الدول مع المحافظة على الأسعار المختلفة للسلع والبضائع والمواد الضرورية والأساسية من المواد الغذائية والسلع المختلفة والمواد الصناعية، مثل القصدير، والنحاس، والحبوب والمواد الغذائية كالقهوة والكاكاو والشاي والحنطة والسكر، ويتم إنشاء هذه الاتفاقية في إطار ما يسمى بالاتفاقيات السلعية الدولية فيما بين عدة دول متطورة لدعم الدول النامية، وتهدف إلى توحيد الأسعار فيما بين الدول المصدرة أثناء تصديرها للبضائع والمواد والحبوب والأغذية للدول النامية.

إتفاقيات الإدارة العالمية:

وإستكمالاً لذكر وسرد وتعداد الإتفاقيات الدولية فإننا سوف نكمل ذكر بقية الإتفاقيات فيما بين الدول والمنظمات الدولية والعالمية على النحو التالي حيث تم الإتفاق فيما بين العديد من الدول والشركات ومن هذه الإتفاقيات الدولية ما يلي:

1. الاتفاقيات الدولية لدعم الدول النامية.

2. الاتفاقيات الدولية فيما بين الدول الصناعية.
3. الاتفاقيات الدولية فيما بين الشركات والحكومات ومؤسسات الدول التي تدعم الإنتاج الزراعي.
4. الاتفاقيات التجارية الدولية التي تهدف إلى التعاون الاقتصادي والتنسيق التجاري والتبادل للسلع والمواد والأغذية فيما بين الدول النامية والدول المتطورة، وقد تعاونت بعض الدول المتطورة مع بعض الدول النامية على تحسين الموارد المالية والاقتصاديات في الدول الفقيرة، ومن الجدير بالذكر أن في العالم الكثير من الدول النامية حيث أظهرت الدراسات الإحصائية الخارجة عن الأمم المتحدة بأن هناك مائة وخمسة وعشرون دولة تصنف على أنها دولة نامية في العالم، وفي الفترة من بعد عام 1970م إلى عام 2000م ظهرت تطورات هائلة في كثير من الدول المتقدمة الأوروبية والغربية بينما لم تلحظ كثيراً من الدول النامية تطوراً كبيراً في اقتصادياتها خلال هذه الفترة.
5. الاتفاقيات الدولية التي تهتم بتحسين مستوى الثقافة والعلوم.
6. الاتفاقيات الدولية التي تهتم بتوفير الخدمات الصحية في الدول.
7. الاتفاقيات الدولية فيما بين الدول الصناعية لتطوير وتنمية الصناعات المختلفة.
8. الاتفاقيات الدولية بشأن الاستثمارات الأجنبية الخارجية.
9. الاتفاقيات الدولية فيما بين الدول والحكومات للتعاون السياسي.
10. الاتفاقيات الدولية فيما بين الدول والحكومات للتطوير والتنمية الاجتماعية.
11. الاتفاقيات الدولية لتوحيد قوانين التجارة الدولية والتعاون على تنمية الاقتصاد في الدول والعمل على تحرير التجارة ورفع القيود عن التجارة الدولية، فقد ساهمت بعض الدول الصناعية المتقدمة واتفقت في بداية عام

1980م بتشجيع التجارة الدولية وتحسين الأوضاع الاقتصادية وتوفير المساعدات المالية في الدول النامية، وتشجيع نقل التكنولوجيا لمختلف دول العالم.

12. الاتفاقيات الدولية بشأن قواعد الاستيراد والتصدير الدولي للسلع والبضائع فيما بين الأسواق الدولية والشركات الأجنبية.
13. الاتفاقيات الدولية بشأن حماية الاستراتيجيات الإدارية الحديثة والاقتصاديات المتطورة في الدول.
14. الاتفاقيات الدولية بشأن التخفيف للحد من الصعوبات التي تواجه الشركات الدولية.
15. الاتفاقيات الدولية فيما بين عدة شركات محلية لتشجيع الصناعات المحلية والإنتاج المحلي.
16. الاتفاقيات الدولية بشأن تحديد قواعد للمنافسة الخارجية.
17. الاتفاقيات الدولية فيما بين الدول والشركات العالمية بشأن التنمية الاقتصادية والصناعية والزراعية.
18. الاتفاقيات الدولية بشأن استثمار رؤوس الأموال المحلية وتشغيلها وتوظيفها وتنمية الموارد المالية المحلية.
19. الاتفاقيات الدولية التي تهتم بالصناعات الخفيفة مثل مصانع الغزل والنسيج والأقمشة والملبوسات والمصنوعات الجلدية والمستلزمات التجميلية.
20. الاتفاقيات الدولية فيما بين الشركات التي تهتم بصناعة المعدات الثقيلة والأدوات التكنولوجية المتطورة.
21. الاتفاقيات الدولية فيما بين الشركات المتعددة الجنسية ضمن الإقليم الواحد والتعاون على الاستيراد والتصدير في المعدات والأدوات والسلع.

22. الاتفاقيات الدولية فيما بين دول الشرق الأوسط وإفريقيا، بهدف تطوير الظروف الاقتصادية وتطوير الصناعات وتنمية الموارد البشرية والمالية والاهتمام بالمؤسسات الزراعية فيما بين العديد من دول الشرق الأوسط والدول العربية في إفريقيا والدول الأخرى مثل تعاون مصر وليبيا وتونس والجزائر واليمن والعراق والأردن وسوريا والسعودية على إنشاء قاعدة وبنية تحتية لدعم الزراعة والصناعة والتجارة.
23. الاتفاقيات الدولية فيما بين دول إفريقيا.
24. الاتفاقيات الدولية فيما بين الدول المختلفة في قارة آسيا وتعاون كثير من الدول في قارة آسيا مثل إيران وكوريا والهند وباكستان وبنغلاديش والصين وماليزيا وسنغافورة وإندونيسيا واليابان على التنمية الاقتصادية والسياسية ووضع قوانين للتجارة الدولية والتعاون للحد من الفقر والتخفيف من حدة البطالة.
25. الاتفاقيات الدولية فيما بين الدول والولايات الأمريكية المتعددة من وسط أمريكا وجنوب أمريكا وأمريكا اللاتينية وأمريكا الشمالية، وتعاون كثير من الدول مثل البرازيل والمكسيك وفنزويلا وتشيلي والأرجنتين على التنمية والتطوير الاقتصادي والاجتماعي والتعليمي ووضع قوانين لعمليات الاستثمار الأجنبي والاهتمام بالأراضي الزراعية والمنشآت الزراعية والمصانع، والاهتمام بالثروة السمكية والقضاء على الفقر، والاهتمام بالنفط، ووضع قوانين للتعاملات النقدية والمعاملات فيما بين البنوك الدولية، وتحديد قوانين للتعاون الاقتصادي، حيث اهتمت كثير من الدول والمنظمات والشركات فيما بعد عام 1970م إلى عام 2000م خلال الثلاثة العقود المالية بتشغيل رؤوس الأموال وتشجيع الاستيراد والتصدير الدولي والخارجي، وتشجيع الاستثمار الأجنبي.

26. الاتفاقيات الدولية فيما بين الشركات التي تهتم بالصناعات القطنية والملبوسات المتنوعة وتوفيرها للأسواق العالمية.
27. الاتفاقيات الدولية فيما بين الشركات الغربية والشركات في روسيا.
28. الاتفاقيات الدولية فيما بين الشركات التي تهتم بالأجهزة الكهربائية المتطورة والحديثة.
29. الاتفاقيات الدولية فيما بين الشركات التي تهتم بالعطورات.
30. الاتفاقيات الدولية فيما بين الشركات التي تهتم بصناعة الكاميرات وأجهزة المراقبة وأدوات التسجيل والتصوير والتصميم.
31. الاتفاقيات الدولية فيما بين الدول والحكومات التي تتبع أنظمة الاقتصاديات المركزية واستراتيجيات التخطيط المركزي في اقتصاديات هذه الدول، وقد كانت كثير من الدول مثل ألمانيا الشرقية وبلغاريا ورومانيا وكوبا والصين وبولندا تتبع استراتيجيات المركزية والتخطيط الاقتصادي المركزي في أنظمتها الاقتصادية إلى أن جرت تعديلات دولية عالمية فيما بعد عام 1990م على أنظمة هذه الدول وتحولت إلى الأنظمة الاقتصادية اللامركزية.
32. الاتفاقيات الدولية فيما بين شركة فولكس واجن الألمانية المتخصصة بصناعة السيارات وذلك لقيامها بعمليات الاستثمار الأجنبي في الصين، وقد أنشأت شركة متحدة تتعاون على الإنتاج والتصنيع فيما بين الشركة الألمانية والصين.
33. الاتفاقيات الدولية فيما بين شركة آكاي اليابانية في قيامها بتصنيع وإنتاج أجهزة تصويرية وأجهزة فيديو وكاميرات تسجيلية، حيث قامت بالاستثمار الأجنبي في هنغاريا وفق عقد تجاري بين الشركة اليابانية (آكاي وهنغاريا) وفقد عقد تجاري قائم على نظام الإجازة.

34. الاتفاقيات الدولية فيما بين شركة (بونيك الأمريكية) لقيامها بتصنيع وإنتاج الهياكل الخارجية للطائرات، حيث قامت بالاتفاق مع روسيا لقيامها بعمليات الاستثمار الأجنبي في روسيا وفقاً للعقد التجاري القائم على نظام الإجازة.

35. الاتفاقيات الدولية فيما بين شركة دايهاتسو في صناعة السيارات والحافلات المتخصصة بالنقل الدولي، حيث قامت شركة دايهاتسو اليابانية بالاستثمار الأجنبي في هنغاريا.

36. الاتفاقيات الدولية فيما بين شركة كوكا كولا الأمريكية لقيامها بإنتاج مشروبات غازية في روسيا.

37. الاتفاقيات الدولية فيما بين شركة شارب اليابانية لقيامها بإنتاج وتصنيع الإلكترونيات والأجهزة الكهربائية في الصين.

38. الاتفاقيات الدولية فيما بين شركة سيمنس الألمانية لقيامها ببعض الصناعات في هنغاريا.

39. الاتفاقيات الدولية فيما بين الشركات والدول الغربية والشرقية للقيام بعمليات التجارة الدولية، إذ كانت هناك اتفاقيات دولية للتجارة العالمية فيما بين روسيا وبعض الدول الغربية، لقد أنشئت هذه الاتفاقية بهدف تشجيع التجارة بين الدول الصناعية وتنمية العلاقات الاقتصادية، والمسارعة في التطوير التكنولوجي.

استراتيجيات التجارة الدولية في الدول النامية:

وسوف نشير هنا في هذا الباب إلى عوامل واستراتيجيات مختلفة في التجارة الدولية وتأسيس الشركات والمنظمات المالية والتجارية العالمية في الدول الفقيرة والنامية، ومن هذه العوامل والأسس المختلفة والاستراتيجيات المتغيرة ما يلي:

1. تواجه الدول الفقيرة والدول النامية ودول العالم الثالث صعوبات تجارية وصناعية مختلفة.
2. يعد الانفجار السكاني الهائل في دول العالم الثالث أمراً خطيراً يعيق عملية التجارة الدولية والتطوير الاقتصادي والصناعي في هذه الدول.
3. تعتبر قلة مصادر الغذاء وشحة المصادر الغذائية في الدول النامية عائقاً كبيراً تجاه التطور الاقتصادي والتجاري في هذه الدول.
4. تواجه الدول النامية أمراضاً متعددة وسوءاً في الخدمات الصحية والطبية ونقصاً في الموارد المالية والبَشرية لديها مما يعيقها عن عملية التطوير التجاري والاقتصادي.
5. وجود أحجام كبيرة من الديون التي تقع على عاتق الدول النامية، يعد أمراً خطيراً في طريق التطوير الاجتماعي والتكنولوجي والحضاري في هذه الدول.
6. قيام الشركات الأمريكية والأوروبية والأجنبية بالاستثمار الأجنبي واستغلال المواد الخام والنفط والمعادن في الدول النامية دون تشجيع التجارة المحلية وعدم إفادة الدول النامية تجارياً واقتصاديا بالشكل المطلوب.
7. عدم قيام الدول النامية والشركات المحلية بالاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية وللمواد الخام وللمعادن المختلفة المتوفرة داخل هذه الدول، وجعل الشركات الأجنبية تتولى القيام بعمليات الاستثمار الأجنبي بداخلها، فضلاً عن أن الدول النامية تعتمد على تصدير النفط وتشجع على استيراد السلع المتطورة من الدول الخارجية دون القيام بالتطوير والاستفادة من الظروف والاقتصاديات والاستثمارات الحالية.

وتعاني كثير من الدول النامية وبعضاً من الدول العربية ودول العالم الثالث والدول المختلفة في قارة آسيا وإفريقيا من المعاناة الاقتصادية وكساد اقتصادي وعجز

تجاري ومالي وفقراً حاداً وبطالة كبيرة بسبب اعتماد هذه الدول على الشركات الأجنبية في عمليات الاستثمار وعدم استغلال هذه الدول من الظروف الاقتصادية الراهنة وعدم قيام هذه الدول بالتطوير والتحسين الاقتصادي والاعتماد على تصدير مواردها للدول الخارجية، وتتلقى مقابل تصدير هذه الموارد سلعاً وبضائع مختلفة من الدول المتطورة وتكتفي باستيرادها، كما لا تهتم الدول النامية والكثير من الدول الفقيرة بالتنمية الزراعية والصناعية، كما لا تقدم الدول الفقيرة لبعضها مساعدات أو منح مالية، كما لا تهتم بصلب وأسس التعليم فلا تقوم بتطوير العلوم والمعارف والمنشآت العلمية لديها.

خصائص الدول الفقيرة والنامية:

وهناك عدة خصائص للدول الفقيرة والدول النامية وهي كما يلي:

1. انخفاض معدلات الدخل السنوي الفردي.
2. انتشار الأمية.
3. عدم الاهتمام بالعلوم والثقافة الحضارية والتكنولوجية.
4. سوء الأوضاع المعيشية والسكنية.
5. تدهور الظروف الاقتصادية.
6. وجود تضخم اقتصادي في هذه الدول.
7. عدم تشجيع الصناعات المختلفة.
8. الاعتماد على التصدير للموارد الطبيعية المتوفرة لديها، والاكتفاء بالاستيراد والسلع والأدوات الجاهزة من الدول المتطورة.
9. تدني مستويات الأجور والمرتبات للأفراد والموظفين والعاملين.
10. انتشار العديد من الأمراض والعاهات والمجاعات والأوجاع المنتشرة في شعوب الدول الفقيرة.

11. تدني الطبقة الغنية والمرفهة في مجتمعات الدول الفقيرة.
12. تدهور الأوضاع والأحوال المادية والاقتصادية والسكنية وعدم توفر المستلزمات الضرورية والمتطلبات للحياة باستقرار.
13. عدم وجود منشآت وشركات ومنظمات ومصانع في الدول الفقيرة.
14. انتشار البطالة العملية وتضاعف مستويات العطالة الوظيفية في الدول الفقيرة.

العوامل المؤثرة على التنمية الصناعية في الدول:

هناك اختلاف كبير بين الاهتمام بالصناعات والقيام بعمليات التنمية الصناعية والتطوير الصناعي في كثير من الشركات والدول والحكومات.

فهناك دول تعتمد على سياسات التصدير لما تمتلكه من موارد طبيعية ولا تقوم بتطوير اقتصادياتها وتكتف بالاستيراد للسلع من الدول الخارجية.

كما أن هناك دول أخرى تقوم بالاهتمام بالصناعات الخفيفة وتهتم ببعض الأدوات التي يمكن إنتاجها وتصنيعها بشكل بسيط لا يعتمد على التطور التكنولوجي المعقد، فتهتم بصناعة الملبوسات والأغذية والعطورات والأدوات المنزلية والمستلزمات التجميلية.

وهناك دول أخرى بدأت في الانخراط والدخول والمخاطرة بتحمل صناعات حديثة ومتطورة وترغب في المنافسة الدولية للدول الخارجية، وتشجع بعض من هذه الدول النامية على عمليات الاستثمار الأجنبي فيها، وتمنح المزايا لفتح المصانع الجديدة الأجنبية على أراضيها، ومن هذه الدول: البرازيل، والمكسيك، والهند، والصين، وباكستان، وتايلاند، ومصر.

في حين طورت بعض الدول الأجنبية والغربية الصناعات لديها مثل: أمريكا، واليابان، وأوروبا، وعملت على زيادة المنافسة الدولية في التجارة والصناعة.

صعوبات وعوائق التنمية الصناعية في الدول النامية:

وهناك صعوبات مختلفة أمام عملية تطوير التنمية الصناعية في الدول النامية، ومن هذه الصعوبات ما يلي:

1. صعوبات الظروف المعيشية للسكان.
2. قلة الدخل.
3. عدم الاهتمام بالتعليم.
4. عدم التشجيع على الصناعة المحلية.
5. الاعتماد على الدول الأجنبية والخارجية.
6. قلة رؤوس الأموال المستثمرة في الدول النامية.
7. عدم وجود رؤوس أموال ضخمة محلية لتشغيلها واستثمارها والاستفادة منها.
8. وجود عوائق وقوانين سياسية في كثير من الدول النامية.
9. وجود عوائق اجتماعية وثقافية مختلفة.
10. عدم وجود تخطيط إداري صحيح وأمثل للاستفادة من الموارد واستغلال الإمكانيات المتاحة.
11. الاعتماد على تصدير المواد الخام والمواد الأولية للدول الخارجية.
12. وجود ديون خارجية على الدول النامية.

إذ تقدر مجموع الديون الخارجية على الدول النامية في أمريكا اللاتينية بأربعمائة بليون دولار.

ويصل مجموع الديون الخارجية التي تقع على الدول النامية في آسيا بمائة وخمسين بليون دولار.

ويصل نصيب الدول النامية في أوروبا وإفريقيا من الديون الخارجية بخمسة وسبعين بليون دولار.

بينما يصل نصيب الديون الخارجية التي تقع على دول الشرق الأوسط بخمسين بليون دولار.

طبيعة التجارة الدولية في الدول المتطورة والحديثة:

سوف نتعرض في هذا المجال عن طبيعة التجارة الدولية وأنظمة النقد الدولي وأسواق رأس المال الدولية.

حيث أن أنظمة التجارة العالمية ومنظمات الأعمال الدولية تعتمد على أنظمة النقد الدولي، وتعتمد كذلك على نظام التحويل المالي الدولي الخارجي، ومما لا شك فيه أن المنظمات الدولية وأنظمة النقد الدولي تتأثر بالتحولات الاقتصادية والأزمات المالية المتعددة.

القاعدة الذهبية العاشرة والأخيرة في هذا الكتاب:

مراحل تطورات التجارة الدولية وأنظمة النقد الدولي:

وقد تطورت التجارة الدولية وأنظمة النقد الدولي عبر عدة مراحل مختلفة، وهي كما يلي:

1. اعتمدت التجارة الدولية وأنظمة النقد الدولي في البداية على استخدام الذهب والفضة والتعامل بالذهب والفضة واعتبرته كثير من الدول والحكومات قاعدة تجارية دولية يتم الاعتماد عليها للتبادل التجاري.
2. تم الاتفاق فيما بين الدول على إنشاء مركز للتمويل الدولي في لندن في بدايات القرن الثامن عشر ووضعت سعراً محدداً للأونصة الذهبية الواحدة،

وقد تم اعتماد سعر ثلاثة جنيهات بريطانية ونصف جنيه لسعر الأونصة الذهبية الواحدة، ومن هذا المنطلق فقد سارعت الكثير من الدول إلى تحديد قيمة عملتها المحلية مقارنة بالذهب.

3. فيما بعد الاعتماد على قاعدة الذهب والفضة في مختلف دول العالم ولفترة زمنية طويلة تم الاستقرار على التعامل بالذهب فقط، وقياس التجارات والأرباح والخسائر والعملات على الذهب.

4. فيما بعد الحرب العالمية الأولى أي فيما بعد عام 1914م قامت كثير من الدول بإلغاء الاعتماد على قاعدة الذهب وتم اعتماد كثير من الدول على العملات المحلية في التجارة الدولية، ولم تؤيد هذه الفكرة في البداية ولم تلق تشجيعاً من قبل الحكومات إلا أنه بسبب عدم الاستقرار السياسي والدخول في الحرب العالمية الثانية فقد تغيرت الأنظمة الاقتصادية في العالم وأصبحت تعمل بالعملات النقدية المختلفة لكل دولة من الدول.

5. وفيما بعد عام 1944م تم الاتفاق فيما بين عدة دول وحكومات وشركات دولية ومنظمات عالمية على إنشاء صندوق النقد الدولي وتأسيس بنك الإعمار والتنمية الدولية، والذي يسمى بالبنك الدولي، ويختص بعمليات الإنشاء والتعمير الدولي.

6. وفيما بعد تأسيس هاتين المنظمتين فقد تم الاعتماد على الدولار كأساس للتجارة الدولية في البنوك، وقد أعلنت الحكومة الأمريكية في بداية السبعينات عن توقف العمل بتحويل الدولار الأمريكي إلى ذهب.

7. وقد تشكلت لدينا أزمة اقتصادية ومالية في أمريكا في خلال الفترة منذ عام 1960م إلى عام 1970م وذلك بسبب أنه حصل اتفاق بين كثير من الشركات والمنظمات والحكومات والدول على أن لا يتم تحويل النقود والعملات النقدية المختلفة في كل دول العالم إلى ذهب ما عدا أمريكا فهي

الوحيدة التي تستطيع أن تقوم بتحويل الدولار إلى ذهب، وذلك بسعر خمسة وثلاثين دولار للأونصة الذهبية الواحدة.

8. لقد ترتب على هذه القاعدة أن كثيراً من البنوك المركزية في كثير من دول العالم أصبحت تجد وتلاحظ أن ما يتوفر لديها من مبالغ نقدية بالدولار الأمريكي هو أكثر بكثير مما تملكه من ذهب، وهذا يعني أن القيمة الحقيقية للنقود والعملات المختلفة لكثير من الدول أصبح بيد الحكومة الأمريكية وأدى هذا التصرف من قبل كثير من الدول تخفيض وانخفاض وهبوط قيمة النقد الحقيقي والفعلي لعملة الدول الخارجية، كما وجدت هذه الدول أنها تعاني من تضخم اقتصادي لديها فسارعت هذه الدول الخارجية إلى اللجوء لدعم الصندوق الدولي لمواجهة الحالات الطارئة والظروف الصعبة الاقتصادية التي تمر بها.

9. بناءً على لجوء كثير من دول العالم مثل اليابان وفرنسا وألمانيا وبريطانيا إلى صندوق النقد الدولي فقد تم وضع خطوات وقوانين للإصلاح والتعديل النقدي الدولي، نظراً للعجز الذي كانت تواجهه بريطانيا وفرنسا والدول الأوروبية الأخرى وذلك بسبب وجود العملات النقدية المختلفة بيد العديد من الشركات والأفراد، بينما ترتبط القيمة الحقيقية لهذه العملات بالدولار الأمريكي.

ولذلك فقد أصبحت العملات المختلفة الأوروبية والأجنبية والدولار الأمريكي متوفر بشكل كبير على شكل أوراق نقدية وعملات ورقية في كثير من البنوك والشركات والمؤسسات، بينما لا تمتلك هذه البنوك والشركات الذهب بشكل كافٍ.

وهذا ما أدى إلى حصول عجز كبير وأزمة عالمية في دول العالم، وكانت النتيجة ارتفاع سعر الذهب في الأسواق.

وفي ضوء هذا العجز قررت أمريكا على فرض قيود محددة عن القيود الأجنبية الخارجية، ووضعت قيمة محددة للعملات في كل من اليابان وألمانيا.

وربطت بعض الدول عملاتها بالدولار الأمريكي.

ووضعت أمريكا أنظمة لسعر الصرف للعملات مقابل الدولار.

وفي عام 1978م و1979م و1980م كانت النتيجة وجود أزمة اقتصادية مالية عالمية.

وفيما بعد عام 1980م حافظ الدولار الأمريكي على مكانته مقابل العملات الأخرى، والسبب في ذلك هو ارتفاع أسعار الفائدة التي قامت البنوك الأمريكية بفرضها على الادخارات والاستثمارات المالية في البنوك الأمريكية.

وفيما بعد عام 1985م تدهورت وتراجعت قيمة الدولار الأمريكي تجاه الين الياباني والعملات الأوروبية.

وبسبب قوة الاقتصاد الياباني والعجز التجاري الأمريكي، فقد اتفقت كل من أمريكا واليابان وألمانيا وفرنسا وبريطانيا على وضع قاعدة محددة في أسعار الصرف الدولية، ونظراً لهذا الاتفاق فقد تحكمت البنوك الدولية اليابانية والأوروبية والشركات المختلفة بسعر الدولار الأمريكي خلال الفترة من عام 1985م إلى عام 1989م.

واتفقت الكثير من الدول والحكومات والشركات على وضع سعر صرف محددة بمستوى مناسب مع عملية تحويل وصرف العملات.

ونظام الصرف الدولي للعملات يرتبط ارتباطاً وثيقاً بنظام ميزان المدفوعات لكل دولة، فإذا ما واجهت أمريكا عجزاً تجارياً في ميزان مدفوعاتها فإن الدولار الأمريكي سينخفض تجاه العملات الأجنبية الأخرى، وسيتسبب انخفاض قيمة الدولار الأمريكي بانخفاض قيمة المنتجات والصناعات والسلع الأمريكية في مختلف الأسواق في الدول.

ويتحقق التساوي والتعادل والتوازن بين جانبي ميزان المدفوعات عندما يتساوى كل من العرض والطلب في عمليات التبادل النقدي الأجنبي والتجارة الخارجية أي عندما يتساوى مجموع قيمة الصادرات مع مجموع قيمة الاستيرادات، وأكثر ما يؤثر على عدم تعادل ميزان المدفوعات هو التغيرات المفاجئة للإنتاج وتغيرات مستويات الطلب، وذلك بسبب عوامل طبيعية أو جغرافية أو موسمية تؤثر على بعض السلع والبضائع والصناعات، كما يؤثر أيضاً على ميزان المدفوعات تغير رغبات المستهلكين وأذواقهم وكذلك من أهم ما يؤثر في عملية عدم تعادل ميزان المدفوعات هو التغيرات في العملات وأسعار الصرف والتحولات المفاجئة في قيمة النقود والعملات المختلفة خارج الدولة.

أسس وعوامل وأنظمة الصرف الخارجي النقدي والمالي الدولي:

تعتمد أنظمة الصرف الخارجي على أسعار العملات المختلفة وتغير أسعار صرف النقود، كما يؤثر على أنظمة الصرف الخارجي وعمليات التحويل والتبادل المالي تنوع وتعدد وكثرة الاتصالات والاستهلاكات المالية في مجالات الاتصالات الدولية والمحلية.

وترتبط أنظمة الصرف الخارجي وتغير سعر العملات بالشركات الأجنبية والخارجية والشركات متعددة الجنسيات والبنوك الدولية، كما أن رؤوس الأموال الخارجية والاستثمارات الأجنبية تؤثر على عمليات النقد الدولية وأسعار صرف العملات من دولة إلى أخرى.

فقد تكون هناك أسعار محددة للعملات في الوقت الحاضر وفي يومنا هذا وتجري عملية التغيير للعملات في أسعارها في المستقبل.

ويتم الاتفاق غالباً فيما بين كثير من الشركات والحكومات خلال فترة محددة من الزمن على تحديد سعر معين لصرف العملات وعمليات تحويل النقود والتي يتم التعامل بها.

وهناك عدة جهات تشارك بقوة في أسواق الصرف الخارجي وتشكل هذه الجهات تأثيراً كبيراً على عمليات التحويل المالي وأسعار الصرف الخارجي، ومن هذه الجهات البنوك الدولية والمراكز المالية العالمية، ومحلات الصرافة، والأسواق المالية العالمية، مثل سوق نيويورك، وسوق لندن، وسوق فرانكفورت، وسوق طوكيو، وسوق باريس، وسوق زيوريخ.

وترتبط هذه المراكز العالمية المالية والأسواق المالية الدولية السابقة الذكر بالبنوك المركزية في كل دولة من الدول.

وتتقلب أسعار صرف العملات نظراً لارتباط جميع العملات إما بالذهب أو بالدولار الأمريكي أو بالين الياباني أو بالمارك الألماني أو بالجنيه الإسترليني، أو بالفرنك الفرنسي أو بالعملة الأوروبية الموحدة اليورو.

ويشكل دولي عام فإنه يجري المحاولة في العديد من الدول والشركات بتعميم سعر صرف موحد للعملات في دول العالم في الأسواق المالية الدولية والمحافظة على استقرار صرف العملات المختلفة في دول العالم.

كما تقوم الحكومات والدول بالتعاون مع المنظمات الدولية والشركات الكبرى بالموازنة والمحافظة على عمليات سعر الصرف الخارجي.

وأخيراً، تقوم العديد من الدول والحكومات والشركات الدولية والعالمية بالتنبؤ للمستقبل والاحتياط للتقلبات المفاجئة وتقوم بتحديد ومعرفة أسعار صرف العملات في المستقبل متنبئين بالظروف الحالية وما يمكن استنتاجه على العرض والطلب على العملات المختلفة.

والعملة المحلية المنخفضة ترفع من قيمة السلع والمواد والبضائع والخدمات المختلفة مما يستوجب على المشتري أن يدفع مبالغ كبيرة بالعملة المحلية لحصوله على سلعة أو خدمة معينة، وترفع كذلك العملة المحلية المنخفضة من قيمة الصادرات وتجعلها غالية في سعرها وباهظة في تكاليفها، والتكاليف الباهظة والمرتفعة تخفض من حجم الاستيراد من قبل الشركات الخارجية، وعندما تنخفض قيمة العملة المحلية تجاه العملة الخارجية الأمريكية أو الأوروبية فإن كثيراً من الشركات والمستثمرين سيقومون بالتصدير لكثير من السلع للدول الأجنبية الخارجية، وبسبب هذه التغيرات السابقة والتي تطرقنا لها بالتفصيل في كتابنا هذا فإن أسعار صرف العملات تتغير وتتأثر بناء على قوة ومقدار حركة التجارة والنشاط التجاري والإداري بشكل يومي، كما تؤثر مستويات التضخم الاقتصادي على أسعار صرف العملات وكذلك عمليات التصدير والاستيراد ترتبط ارتباطاً مباشراً بقوة أو ضعف العملة المحلية والأجنبية.

أسواق رؤوس الأموال الدولية:

تتواجد الكثير من الأسواق الدولية المالية والمراكز المالية العالمية في كثير من دول العالم وتتواجد الأسواق المالية الدولية بهدف مزاولة الأنشطة المالية والتجارية والقيام بالخدمات المالية الدولية والعالمية.

وقد سارعت اليابان وكثير من دول أوروبا إلى التنافس المالي والدولي مع أمريكا على التجارة المالية الدولية والاستثمارات العالمية.

وقد تفوقت أمريكا على المنافسة الدولية في الاستثمارات المالية العالمية.

وارتبطت غالبية التجارات العالمية الدولية بالدولار الأمريكي.

وتم الاعتماد على الدولار الأمريكي في عمليات التجارة المالية الدولية والتبادل المالي الدولي.

وهناك الكثير من أسواق رؤوس الأموال في أمريكا وانتشرت أسواق المال في عدة ولايات أمريكية مثل نيويورك وسان فرانسيسكو وشيكاغو.

وتهدف أسواق الأموال للقيام بعمليات التبادل التجاري وعمليات تبادل السلع والتجارة الدولية ومزاولة الأنشطة المالية والخدمية والتجارية والمصرفية المختلفة.

وتعمل الأسواق المالية الأمريكية بشكل حر بعيدة عن تدخل الحكومة الأمريكية في عمليات الأسواق المالية الأمريكية.

فيمكن للأفراد والأشخاص والهيئات والمؤسسات في أمريكا أن تقترض وتتعامل مع البنوك الأمريكية والمؤسسات الأمريكية المالية دون قيود حكومية تفرض عليهم.

كما أن بريطانيا اهتمت بإيجاد سوق مالي كبير لديها فعملت على إيجاد سوق لندن المالي، ودعمت بريطانيا الاقتصاد المحلي لديها، وتم الاعتماد على الجنيه الإسترليني في كثير من الشركات العالمية، وعندما واجهت المنظمات والدول أزمات اقتصادية متعددة فإنها اعتمدت على الجنيه الإسترليني (الباوند) نظراً لأنه من العملات العالمية والدولية المرغوب فيها.

كما اهتمت اليابان بالأسواق المالية وقد تحررت اليابان من الضغوط الدولية وقاومت اليابان الضغوط والقيود الأمريكية والأوروبية، وعملت على تقوية عملتها (الين الياباني)، وانفتحت الشركات اليابانية على التجارة الدولية وشاركت اليابان في الأسواق المالية الدولية، وقررت اليابان بجعل عملتها (الين الياباني) عملة مالية دولية يمكن الاعتماد عليها في كثير من التعاملات التجارية والمالية.

وقد جعلت اليابان عملتها (الين الياباني) عملة قوية وقامت بالاعتماد عليها في العمليات الدولية، ووضعته كقاعدة وأساس للاحتياط المستقبلي ولأغراض

مواجهة الأزمات في المستقبل وبنفس الوقت اعتمدت على الدولار الأمريكي في عملياتها التجارية الخارجية خارج اليابان.

وعندما أخذ الاقتصاد الأمريكي بالتدهور بسبب عجز الاقتصاد الأمريكي ووجود ضعف في الاقتصاد الأمريكي فقد ارتفعت قيمة الين الياباني.

واهتمت أيضاً سويسراً وفرنسا بالأسواق المالية الدولية.

وتميزت سويسرا بأنها مركزاً مالياً دولياً وذلك بسبب ما تقدمه حكومة سويسرا من دعم وحماية للمستثمرين الأجنبيين، إضافة إلى استقرارها الاقتصادي الدائم.

واهتمت أيضاً سنغافورة وهونغ كونغ وألمانيا والإمارات العربية المتحدة والبحرين ولوكسمبورغ بالأسواق المالية الدولية وساهمت في الدخول في التجارة العالمية.

أنواع أسواق المال الدولية:

وهناك عدة أنواع وأشكال مختلفة لأسواق المال الدولية ومنها ما يلي:

1. سوق أوروبا النقدي:

والذي يعتمد على اليورو بعد أن كان الدولار الأمريكي يسيطر على الأسواق الأوروبية، وشجعت أوروبا عمليات الاستثمار الأجنبي كما أنه يمكن للعديد من الشركات التعامل مع سوق أوروبا النقدي فيمكن الحصول على الأموال والاقتراض مع سوق أوروبا النقدي بمختلف العملات وأنواع النقود الدولية بما في ذلك الدولار الأمريكي والمارك الألماني والين الياباني.

حيث تتوفر مبالغ مالية نقدية كبيرة وهائلة جاهزة للاستخدام وللتعامل وللتداول المالي والمصرفي وذلك للقيام بالتجارة الدولية في مختلف الشركات والبنوك داخل أوروبا وخارجها.

وقد تطور سوق أوروبا النقدي بشكل كبير وأصبحت بريطانيا تعتبر مركزاً تجارياً ومالياً على المستوى الدولي، كما تحررت أوروبا من القيود التي كانت تفرضها الحكومة الأمريكية على الأسواق الأوروبية وخفضت البنوك في أوروبا والشركات الأوروبية من القيود والقرارات الإدارية والرقابات المختلفة.

2. سوق الأوراق المالية الأوروبية:

حيث تصدر الأوراق المالية والسندات بضمانات محددة ولفترات معينة لاسترجاع قيمتها في أعمال أخرى وشركات دولية وأسواق خارجية مختلفة والسندات المالية في سوق الأوراق المالية الأوروبية هي سندات تباع في أسواق مالية دولية أخرى.

فعلى سبيل المثال تقوم الشركات الدولية الأوروبية في اليابان أو أمريكا بإصدار سندات وأوراق مالية بعملات أجنبية مختلفة، وتقوم الأسواق المالية الأوروبية بتوفير أوقات وفترات طويلة للشركات للقيام بسداد قيمة السندات.

3. النظام الموحد للنقد الأوروبي:

حيث تم الاتفاق في كثير من الدول الأوروبية على وضع منظومة اقتصادية متكاملة لأوروبا ونتج عن هذا الاتفاق صدور عملة أوروبية موحدة، وتتعاون الدول الأوروبية فيما بينها في عمليات التجارة الدولية، وتقوم الدول الأوروبية والشركات الأوروبية المختلفة بدعم بعضها البعض بهدف تحقيق مستوى المتطور من نظمها الاقتصادية والتجارية.

4. تأسيس بيئة متكاملة من المصارف المالية والتجارية الدولية:

وقيام وإنشاء بيئة خاصة بعملية الصرافة الدولية وتهتم عملية الصرافة الدولية بمزاولة الأنشطة المالية عن طريق المصارف والبنوك المالية الدولية، حيث اتفقت كلاً من آسيا وإفريقيا وأمريكا بإمكانية مزاولة عملية الصيرفة الدولية.

وهناك عدة نشاطات يمكن مزاولتها عن طريق الصيرفة الدولية وذلك بالتعاون مع المصارف المالية والبنوك التجارية المختلفة الوطنية والدولية والعالمية والمحلية، وذلك مثل فتح الاعتمادات المستندية والتعامل بالأوراق المالية الآجلة وتوفير مبالغ للاقتراض والتمويل وتقديم قروض طويلة الأجل وقصيرة الأجل والقيام بتمويل الاحتياجات المختلفة لعمليات الاستثمار، وتقدم عملية الصيرفة الدولية خدمات مالية تدعم التحويل المالي الخارجي بغرض تشجيع التجارة الدولية وتقوم عملية الصيرفة بتشجيع الاستثمار والمشاركة والدخول في الأسواق الأوروبية وتصدر مكاتب الصيرفة الدولية السندات عن طريق الشركات الأوروبية وتقوم عملية الصيرفة الدولية بتقديم الدعم المالي اللازم بتمويل المشروعات المختلفة كما تقدم عملية الصرفة الدولية خدمة التنسيق والتعاون التجاري والمالي فيما بين الشركات والمؤسسات والبنوك وتقدم عملية الصيرفة الدولية الاستشارات والمعلومات والخبرات للمؤسسات والشركات الدولية، وتؤسس الصيرفة الدولية شبكة كبيرة من المعلومات الواسعة، وتحافظ على الكثير من العلاقات التجارية مع الكثير من الشركات والبنوك الأخرى.

أنواع البنوك المالية والمصارف التجارية الدولية:

وهناك عدة أنواع تندرج تحت المصارف والبنوك التجارية والمالية الدولية، ومن أنواع البنوك التجارية والمصارف المالية المختلفة ما يلي:

1. فالبنوك المركزية التابعة لحكومة كل دولة.
2. البنوك المالية والتجارية والمصارف المالية في فرنسا.
3. البنوك الألمانية.
4. البنوك اليابانية.
5. البنوك في الدول النامية.

6. المصارف التجارية في الدول الصناعية.
7. البنوك المراسلة والتي يمكن أن تقوم هذه البنوك بالتواصل مع البنوك الأخرى الدولية للقيام بالأعمال والاستثمارات والخدمات المالية المختلفة، مثل: بنك فرنسي يعمل في إحدى الدول العربية، وكذلك بنك عربي يتواجد في الدول الغربية، مثل: البنك العربي، والفروع التي يمتلكها في كثير من دول العالم.
8. بنوك الفروع: وهي البنوك التي تكون عبارة عن فروع تابعة لبنوك أخرى تمثلها وتمثل نظامها وتحمل اسمها وقوانينها واستراتجياتها وأسرارها وخططها. وقد تكون هذه الفروع مملوكة بالكامل للبنوك الأخرى الخارجية، وقد تكون مملوكة بشكل جزئي وفق نظام الاشتراك والمشاركة مع بنوك أخرى.
9. البنوك المستقلة: والتي لا تعود ملكيتها إلى بنك آخر، ولا لشركة خارجية، وتقوم هذه البنوك بالخدمات والأنشطة الاستثمارية مثل بيع وشراء الأوراق المالية.
10. البنوك الهجينة: وهي البنوك التي تكون مملوكة بشكل جزئي من قبل بنوك أو شركات أخرى خارجية.
11. البنوك الأجنبية التي يكون لها فروع تابعة لها في دول أخرى خارجية.
12. البنوك المحلية: وهي البنوك التي تقدم خدمات مصرفية وتكون قريبة من المواطنين وتمارس أعمال مختلفة داخل الدولة.
13. بنوك التصدير والاستيراد: وهي البنوك التي تقدم دعم وتمويل مالي لكثير من الشركات والمؤسسات التي تهتم بالصناعة والتجارة الدولية في الدول النامية في مختلف دول العالم، حيث تقدم تمويل ودعم مالي مباشر للمصدرين على شكل قروض وتتفق بنوك التصدير والاستيراد مع البنوك التجارية الأخرى على توفير مبالغ وأموال لتمويل الصادرات.

14. البنوك الاتحادية المصرفية: والتي تسمى الاتحادات المصرفية، وهي بنوك تتحد فيما بينها لتشكل رأس مال جديد وبنكاً جديداً، ومن مزايا هذه الاتحادات المصرفية تنوع واتساع الخدمات المالية التي يمكن تقديمها وهناك العديد من البنوك التي ترغب في التعاون والتعامل مع بنوك أخرى في دول مختلفة من دول العالم.

15. إنشاء أسواق مال دولية، حيث يقوم مدراء المال الدوليين في الشركات الدولية بالرغبة بالتعامل المالي الخارجي عن طريق الإصدارات المالية الدولية والأوراق المالية في مختلف البنوك الدولية للقيام بعملية الاستثمار الدولي لهذه الأوراق المالية في كثير من الدول، سواء في اليابان، وأوروبا، وأمريكا.

16. مجموعة البنك الدولي: وتتكون مجموعة البنك الدولي من المؤسسات التالية:

- بنك الإعمار والتنمية الدولية.
- مؤسسة التنمية الدولية.
- مؤسسة التمويل الدولية.

17. وأخيراً، بنوك التنمية الدولية: وهي بنوك تعمل على التنمية الاقتصادية والتجارية والصناعية الإقليمية مثل: بنك التنمية الآسيوي، والذي تأسس عام 1966م، ويضم أكثر من أربعين دولة تعمل على تشجيع التنمية الدولية وبنوك التنمية الدولية هي بنوك تدعم الدول النامية وتقوم بالإعمار في مختلف الدول.

الباب الرابع

الإدارة الحديثة في اليابان

الباب الرابع

الإدارة الحديثة في اليابان

منذ بداية عام 1970م وحتى يومنا هذا عام 2011م طورت اليابان اقتصادها وأصبحت منذ البداية دولة قوية ومتقدمة حتى وصلت إلى التكنولوجيا المعاصرة والقوية في يومنا هذا، حيث تقدمت اليابان في مختلف الصناعات التكنولوجية وطورت اليابان من صناعاتها واهتمت بصناعة الأسلحة وصناعة السفن والأجهزة المتطورة والسيارات والحديد والصلب.

وفي عام 1985م و1986م إلى عام 1990م تركت اليابان بعض الصناعات التي كانت تتميز فيها مثل صناعة الحديد والصلب، وأهملت صناعة السفن وأخذت الشركات اليابانية بتسريح الآلاف من العمال اليابانيين في الشركات.

وتحولت الشركات الصناعية اليابانية من اهتماماتها السابقة وأصبحت تعتمد على سياسات حديثة تهتم بالاستثمار والتكنولوجيا والاختراعات الحديثة.

وقد زادت اليابان واهتمت بالاستثمارات المحلية والأجنبية والخارجية، وفتحت الشركات اليابانية كثيراً من الفروع الخارجية، وخصوصاً في أمريكا، حيث قامت اليابان بالدخول إلى الأسواق الأمريكية، وأوصلت اليابان جميع صناعاتها إلى الأسواق الأمريكية من السيارات والأدوات والأجهزة.

إستراتيجيات وإهتمامات اليابان:

وفيما يلي سنذكر إهتمامات وإستراتيجيات اليابان في عملياتها وصناعاتها ونشاطاتها المالية والتجارية حيث أولت اليابان إهتماماً لكل من الأمور التالية:

1. اهتمت اليابان أيضاً بصناعة الحواسيب والأجهزة الإلكترونية داخل اليابان.

2. اهتمت اليابان بصناعة وإنتاج المعدات الطبية والعلمية والأجهزة الكهربائية داخل اليابان، كما شجعت على عملية التجارة المحلية والإنتاج المحلي في داخل اليابان.
3. اهتمت اليابان بالاستثمارات الأجنبية في الدول العربية ودول الشرق الأوسط، وجعلت شركاتها التي تعمل في دول الشرق الأوسط متخصصة بالصناعات البتروكيماوية.
4. اهتمت الشركات اليابانية بالتجميع الإلكتروني في جنوب شرق آسيا.
5. اهتمت الشركات اليابانية بالاستثمار الأجنبي في إفريقيا الذي يقوم على التعدين والاهتمام بالمعادن والمناجم في الدول الإفريقية وجنوب إفريقيا.
6. كما اهتمت الشركات اليابانية بعمليات الزراعة والإنتاج الزراعي في أمريكا اللاتينية.
7. بالنسبة للأوضاع الداخلية في اليابان الاجتماعية والاقتصادية فإن الحكومة اليابانية عملت على إيجاد تغيرات وتطورات في المجتمع الياباني حيث خفضت من القوانين والرقابات الحكومية والإدارية المفروضة على المجتمع الياباني كما شجعت الحكومة اليابانية المجتمع الياباني على الإبداع والاختراع والتجديد، والابتكار.
8. اهتمت الشركات اليابانية داخل اليابان بالتوظيف الدائم والتعاقد العملي مع الموظفين للمواطنين اليابانيين على شكل فترات زمنية طويلة.
9. ركزت الشركات اليابانية داخل اليابان على درجة الاهتمام العملي والولاء الوظيفي والتنظيمي من قبل الأفراد العاملين للشركات والمؤسسات التي يعملون بها.

كما قدمت الحكومة اليابانية رعاية اجتماعية للسكان الذين تزيد أعمارهم عن خمس وستين عاماً.

استراتيجيات تطوير الاقتصاد الياباني:

وضعت الحكومة اليابانية استراتيجيات متعددة لتطوير وتحديث الاقتصاد الياباني، ومن هذه الاستراتيجيات ما يلي:

1. إيجاد إصلاحات كبيرة شاملة لجميع نواحي الحياة في اليابان.
2. تطوير التعليم في اليابان.
3. الاهتمام بالعلوم والمعارف في اليابان.
4. تطوير المؤسسات العلمية والتعليمية والجامعات في اليابان.
5. دعم المصانع في اليابان.
6. إنشاء وتشجيع المنظمات التجارية في اليابان.
7. تطوير الأنظمة العسكرية في اليابان.
8. تشجيع الصناعات المختلفة ذات العلاقات المتعددة بحماية الجيش الياباني.
9. الاهتمام بالصناعات الكيماوية.
10. الاهتمام بصناعة السيارات.
11. الاهتمام بصناعة الإلكترونيات والأجهزة الكهربائية والمتطورة الحديثة.
12. دعم الاقتصاد الياباني.
13. تنمية الاقتصاد الياباني ودعم العملة اليابانية وتقوية الين الياباني.
14. تشجيع المنشآت والمصانع في اليابان.
15. القيام بعمليات تطوير والتحديث والتنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية في اليابان.
16. تطوير وتحديث وتجديد المنشآت العلمية والمؤسسات العلمية وتشجيع البحث العلمي في اليابان.
17. القضاء على البطالة الوظيفية والعملية.

18. تطوير المصانع في اليابان.
19. الاهتمام بالصناعات المتطورة والحديثة في اليابان.
20. دخول اليابان في الاستثمارات الخارجية الدولية والعالمية.
21. قيام اليابان بالمشاركة والمساهمة في منظمات التجارة الدولية والعالمية.
22. اهتمام اليابان بالصناعات التقليدية الكلاسيكية والصناعات الصغيرة مثل صناعة الأحذية والملابس والمنسوجات والملبوسات القطنية والحريرية وغيرها.
23. اهتمام اليابان بالصناعات التكنولوجيا الكبرى مثل صناعة السيارات والطائرات والأسلحة وغيرها.
24. اهتمام اليابان بالطاقة النووية والذرية.
25. تعاون الحكومة اليابانية مع الدول والحكومات الأخرى في تطوير التجارة والمساهمة في التجارة الدولية والعالمية.
26. اهتمام اليابان بالزراعة وإنشاء مزارع داخل اليابان.

طبيعة الدولة اليابانية:

مرت اليابان بعدة مراحل مختلفة أثرت على اقتصادها، ومن هذه المراحل التي مرت بها اليابان ما يلي:

1. في نهاية الحرب العالمية الأولى كانت اليابان قد تمكنت من تطوير مصانعها وتحولت إلى دولة صناعية حديثة.
2. شجعت الحكومة اليابانية فيما بعد هذه الفترة على الصناعات المحلية المختلفة.
3. اهتمت اليابان بالصناعات العسكرية.
4. في نهاية الحرب العالمية الثانية دمرت اليابان بعد أن كانت دولة صناعية تهتم بمختلف الصناعات العسكرية والحربية وصناعة السفن وغيرها.

5. وبعد انتهاء الحرب العالمية الثانية قامت اليابان مرة أخرى بتقوية مصانعها وإعادة هيكلة صناعاتها وسارعت اليابان في بناء اقتصادها من جديد وما أن وصلت اليابان إلى عام 1975م إلى عام 1980م وحتى أصبحت اليابان من الدول المتطورة والحديثة في مجال الصناعات المختلفة والرائدة في مجال السيارات والإلكترونيات الكهربائية والمعدات المختلفة.
6. فيما بعد عام 1980م نمى الاقتصاد الياباني حتى وصل إلى معدلات عالية من النمو وحتى عام 1989م.
7. وفيما بعد عام 1990م إلى عام 2000م حافظت اليابان على مكانتها العالمية وقوتها وطورت اليابان خلال الفترة الماضية وفيما بعد عام 2000م إلى يومنا هذا 2011م الكثير من مؤسساتها، وعملت على دعم اقتصادها، وأصبحت دولة رائدة في المجالات التكنولوجية وصناعة الأجهزة الإلكترونية والمعدات المختلفة.
8. من أساسيات طبيعة الدولة اليابانية أن اليابان تعتمد في صناعاتها على الموارد الطبيعية الخارجية لإنتاج السلع والبضائع، كما تعتمد اليابان على المواد الأولية والأساسية وعلى المعادن المختلفة من الدول الخارجية، نظراً لأن المعادن، مثل النحاس وغيره قليلة نسبتها جداً في اليابان، وتحتاج اليابان والشركات اليابانية والمصانع في اليابان إلى الكثير من المعادن والمواد الأساسية والأولية مثل الحديد وغيره، وتستطيع اليابان أن توفر احتياجاتها من الفحم محلياً بما يعادل 25٪ من احتياجاتها واستهلاكها منه وذلك بدعم من الحكومات الخارجية، وتوضح لنا هذه المعلومات مدى اعتمادية اليابان على الموارد الطبيعية الخارجية.

وسبب قلة الموارد الأولية في اليابان هو أن اليابان تعتبر منطقة جبلية، فضلاً عن أن كثير من المناطق في اليابان غير صالحة للاستخدام لا للزراعة ولا

للصناعة ولا للسكن، ولذلك لا يمكن الاهتمام بالمزارع وإنشاء مصانع على هذه الأراضي.

ويسبب هذه الظروف المناخية والجغرافية فقد ابتكر اليابانيون بدائل متعددة وقاموا بإنشاء وتطوير معامل ومصانع مختبرية تعتمد على البيوت الزجاجية لزراعة الأغذية والخضار والفواكه.

9. كما أن من طبيعة الدولة اليابانية أن اليابانيون ابتكروا مصادر لتوليد الطاقة ابتداء من الطاقة الحرارية والكهربائية والشمسية والمائية وصولاً إلى الطاقة الذرية والنووية.

كما استفاد اليابانيون من تكرير المخلفات والمياه والفضلات.

حيث قامت الحكومة اليابانية بتقديم وتطبيق وتنفيذ عدة استراتيجيات لاستيراد المواد الخام والمواد الأساسية والأولية للمصانع وقامت بتصدير السلع والأجهزة المتطورة للدول الخارجية.

واحتفظت اليابان بعلاقات دبلوماسية واتصالات واسعة مع كثير من الشركات والدول الأجنبية والخارجية.

10. كما اهتمت اليابان بتأمين المواد الأولية والأساسية من الدول الخارجية وشجعت اليابان عمليات الاستثمار الأجنبي في اليابان وخفضت اليابان القيود الضريبية المفروضة على الشركات الأجنبية ورغبت اليابان في الدخول في الأسواق الأجنبية والخارجية ودخلت الشركات اليابانية في الأسواق العالمية بقوة.

11. قامت اليابان بإعادة تخطيط مصانعها وهيكلة منظماتها ومؤسساتها من جديد بهدف تحسين وتطوير منظماتها ومصانعها وتنمية وتطوير إنتاجياتها حيث واجهت في فترة من الفترات انخفاض في الأرباح في الصناعات اليابانية الإلكترونية وصناعة السيارات.

وبالتالي قامت الشركات اليابانية بإعادة النظر في استراتيجياتها التسويقية الدولية.

12. عملت اليابان على زيادة قيمة عملتها اليابانية ونافس الين اليابان الدولار الأمريكي واهتمت الشركات اليابانية بالكثير من الصناعات المختلفة من الصناعات الخفيفة إلى الصناعات المتطورة التكنولوجية الحديثة وقد استطاعت أن تقدم اليابان نماذج متطورة وإنجازات تكنولوجية متنوعة في كثير من الصناعات.
13. اهتمت اليابان بمختلف الصناعات ابتداء من صناعة النظارات الطبية والإطارات الخارجية وصولاً إلى الطاقة الذرية والمكائن الثقيلة ويرجع سبب تطور اليابان إلى قيام الشركات اليابانية بدعم من الحكومة اليابانية على التشجيع لإعداد دراسات وبحوث تسويقية دولية ودراسات تطويرية، وكانت هذه الأبحاث والدراسات حديثة وميدانية وتهدف إلى التطوير التكنولوجي وتطوير الصناعات المختلفة، وتشجيع الاختراعات التكنولوجية.
14. وقد قامت الشركات اليابانية بتطوير مواردها البشرية، حيث قامت بالاهتمام بالموظفين والعاملين بشكل دائم وعملت على تحفيزهم وساهمت في تطوير خبراتهم وقد اهتمت الشركات اليابانية بتنمية الولاء التنظيمي والوظيفي للموظفين والإداريين للشركات التي يعملون بها.
15. كما اهتمت اليابان بتطوير وتحديث مصانعها وشركاتها ومؤسساتها وعملت اليابان على الاعتماد على أسسها ومواردها وموادها الأولية المختلفة التي يتم استيرادها من الدول الخارجية وبنفس الوقت طورت اليابان هذه الأسس والموارد الطبيعية وعملت على استغلالها استغلالاً أمثلاً وطورت مصانعها ومنشآتها وأصبحت تعتمد على مواد أولية وأساسية طبيعية خاصة بها.

16. اهتمت اليابان بتوفير مصنع حديثة تعتمد على أفكار جديدة إبداعية وشجعت العمليات الزراعية والمنشآت الزراعية واعتمدت على أفكار البيوت الزجاجية والمصانع الزراعية الزجاجية لزراعة مختلف الأغذية التي يتطلبها المجتمع الياباني.
17. شجعت اليابان عمليات الاستثمار والدخول في الشركات والمنظمات الدولية والعالمية وساهمت اليابان في الأسواق العالمية وفي المنظمات الدولية وفي التجارة العالمية بشكل قوي وفعال.

كما اهتمت اليابان بالصناعات المتطورة والحديثة وطورت في مصانعها ومنشآتها وعملت على الاهتمام بالصناعات المختلفة الخفيفة منها والثقيلة والمتطورة منها والحديثة.

طبيعة عمل المجتمع الياباني والشركات اليابانية:

1. يتسم المجتمع الياباني بالترابط الاجتماعي والتناسق والتوافق والتواؤم الإنساني والأسري حيث يهتم الموظف الياباني بالعمل في بيئة اجتماعية مستقرة.
2. تهتم المنظمات اليابانية بالتركيز على الاستقرار الوظيفي والعملي في الشركات والتعامل الدائم مع الموظفين.
3. يهتم الموظف الياباني في الشركات اليابانية بنظام الترقيات، وبذلك تشجع الشركات اليابانية العلاقات بين الموظفين والعاملين والشركات التي يعملون فيها وتقوم بترقية المدراء والمسؤولين والموظفين داخل هذه الشركات.
4. يرغب الموظف الياباني والعامل الياباني العمل في الشركات اليابانية كما يرغب بالعمل في محيط بيئي مستقر وفي قسم يعتمد على الإنجاز والإنتاج الجماعي والتعاون عن طريق التعاون في فريق عمل واحد.

5. بشكل عام فإن هناك تناغم وتوافق كبير فيما بين المجتمع الياباني وحكومة الدولة اليابانية.
6. هناك ارتباط وثيق وتوافق فيما بين مختلف طبقات المجتمع الياباني حيث تجد أن هناك انتشار للآلفة وروح الألفة والمودة المنتشرة والمتواجدة والمألوفة فيما بين أبناء المجتمع الياباني.
7. يتميز المجتمع الياباني بأخلاق الكرم والإيثار فيقدم الأشخاص اليابانيون الأغنياء الكثير من الخدمات لمختلف الأشخاص في اليابان من ذوي الدخل المحدود.
8. المجتمع الياباني بطبيعته يعتمد على الاستقرار الوظيفي والمادي والمعيشي ويقوم المدراء والمسئولين والموظفين الكبار والإشرافيين في المؤسسات والمصانع والشركات في اليابان بمساعدة الموظفين الجدد والعاملين على تطوير مهاراتهم وتشجيعهم على الاستقرار المادي والأسري والمعيشي والوظيفي.
9. يعتمد العمل والتوظيف الإداري في الشركات اليابانية على أساس نظام الترقية.
10. تعتمد الترقية للموظفين في الشركات اليابانية على أساس طول عمر الخدمة للموظف داخل الشركات اليابانية.
11. في اليابان يتم توظيف وتعيين المتخرجين من الجامعات اليابانية والمتخصصين في المجالات المختلفة الصناعية والإدارية وغيرها، ويتم التعاقد مع كل فرد من الأفراد وفق أجر وراتب محدد ويتم احتساب إضافات مالية له بداية من الساعة الأولى في عمله داخل الشركة.
12. تقوم الشركات اليابانية بتدريب هؤلاء المتخرجين والموظفين الجدد وتعمل على تنميتهم وتطويرهم ورفع مستوى معلوماتهم وزيادة خبراتهم.

13. العرف السائد في اليابان أثناء العمل في الشركات اليابانية بأن العامل الياباني إذ عمل في إحدى الشركات اليابانية فإنه بشكل طبيعي يستمر في العمل مع هذه الشركة ولا يبحث عن عمل آخر، ولا يتعاقد مع شركة أخرى.
14. بشكل عام فإن الشركات اليابانية والمؤسسات التجارية والخدمية والمالية في اليابان تعتمد على أساس نظام الترقية الإدارية والترقية الوظيفية في الأعمال.
15. يشجع المسئولون والمدراء موظفيهم ويقومون بترقية الموظفين من ذوي المهارات والخبرات والكفاءات الإدارية العليا.
16. في اليابان يتم التعاقد والتعامل والتعاون مع كثير من طلاب الجامعات المتخرجين من الجامعات اليابانية والمؤسسات التعليمية والمهنية في اليابان والذين أشرفوا على التخرج منها ليقوموا بتعيينهم وتوظيفهم توظيفاً دائماً وفق عقود إدارية دائمة بهدف تشجيعهم على الأعمال وتطوير مهاراتهم وخبراتهم الإدارية والمهنية.
17. ترغب الشركات الأجنبية بالاستثمار والقيام بالنشاط التجاري في اليابان، وذلك للاستفادة من قوة اليابان كما ترغب بالمقابل الشركات اليابانية بالدخول في الأسواق الأجنبية الخارجية.
18. الشركات اليابانية المحلية وكذلك الشركات الأجنبية داخل اليابان تقوم بتوظيف الأفراد العاملين من اليابانيين، وتقوم بزيادة خبراتهم وتنمية مهاراتهم.

كما أن الشركات اليابانية المحلية إذ عمل فيها الموظفون اليابانيون فإنهم لا يرغبون بالعمل مع الشركات الأجنبية الخارجية التي تقوم بالاستثمار داخل اليابان.

19. إذا رغب أحد الأفراد العاملين بترك العمل مع الشركات اليابانية المحلية والذهاب للعمل مع الشركات الأجنبية الخارجية فإنه يكون عاراً عليه في عادات وتقاليد المجتمع الياباني.

ولذلك فإن الفرد الياباني والمواطن داخل اليابان يتمتع بدرجة ولاء عالية وكبيرة للشركة التي يعمل فيها كما أن الشركات اليابانية تقوم بتطوير وتدريب جميع الأفراد والموظفين اليابانيين الذين يعملون في الشركات اليابانية.

20. من أهم أساسيات عمل الشركات في اليابان هو الاعتماد على عمليات الاستثمار الداخلي والاستثمار الأجنبي الخارجي المباشر وغير المباشر.
21. ترغب بعض الشركات والمنظمات في اليابان بالدخول في منظمات التجارة الدولية.
22. كما ترغب بعض الشركات اليابانية في اليابان بالانتقال من مرحلة الإنتاج المحلي إلى مرحلة التصنيع والإنتاج والتصدير الدولي والعالمي والدخول في الأسواق الدولية والعالمية فضلاً عن وجود بعض الشركات اليابانية التي لا ترغب في توظيف أشخاص آخرين غير يابانيين من ذوي الأيدي العاملة من الجنسيات الأخرى والذين يرغبون في العمل في الشركات اليابانية فيقوم اليابانيون بتطوير مهاراتهم وخبراتهم وبالاعتماد على أنفسهم كما يقومون بالاستغناء عن الأيدي العاملة الخارجية من الجنسيات الأخرى.

طبيعة العملية الإدارية والتسويقية في اليابان:

1. طبيعة عملية اتخاذ القرارات الإدارية في الشركات اليابانية هي طبيعة رسمية تتبع الطريقة الرسمية في اتخاذ القرارات الإدارية، وذلك وفق نظام يقوم بالتعاون الإداري والتشاور والتحاور فيما بين الإدارات العليا والإدارات الوسطية والإدارة العامة والإدارات التشغيلية والإشرافية والتنفيذية.

2. يتم التشاور مع جميع الموظفين والعاملين في الشركات للتوصل إلى قرار إداري معين.
3. لا يتم وضع واتخاذ قرار في الشركات اليابانية إلا برضا الطرفين الموظفين والإداريين في الشركات اليابانية.
4. إن الإدارات المختلفة والعليا في الشركات اليابانية تشجع على عملية المشاركة والإبداع والاقتراحات والتجديد الفكري للمشاركة في عملية صنع القرار.
5. إن الشركات اليابانية تشجع عملية الحوار المباشر والاتصال الشخصي والنقاشات وفهم وجهات النظر الأخرى وتوطيد العلاقات الإنسانية والاجتماعية فيما بين الأفراد العاملين والإدارات الإشرافية والمسئولة عنهم.
6. هناك علاقات عمل قوية وجيدة تبنى على الثقة المتبادلة بين الموظفين والإدارات.

وبناء على هذه الثقة المتبادلة فإنه تتشكل نقابات عمالية خاصة بنقابات المهن من العمال في الشركات اليابانية وأعضاء النقابات في اليابان هم أعضاء الشركات اليابانية بنفس الوقت.

7. هناك علاقة تعاونية وعلاقة عملية حميمة بين نقابات العمال والإدارات المختلفة والشركات، وتقوم هذه العلاقة على التعاون.
8. إن عملية اتخاذ القرارات الإدارية في الشركات اليابانية تعتمد على الطرق والقوانين والقرارات الإدارية الرسمية والتي تعتمد على التنسيق فيما بين الإدارات العليا والوسطى والإشرافية.
9. كما يعتبر امتلاك السلع الأجنبية في اليابان مظهراً من مظاهر الرياء والتظاهر والمفاخرة، خصوصاً إذا ما قام أحد اليابانيين المواطنين بتفضيل السلع والخدمات الأجنبية على السلع والخدمات المحلية في اليابان.

10. لا يكره اليابانيون المنتجات الأجنبية والخارجية، كما لا يقومون بتفضيلها على المنتجات اليابانية المحلية بنفس الوقت.
11. قامت الشركات اليابانية المستوردة من الأسواق الخارجية الأجنبية بوضع أسعار مرتفعة على السلع والبضائع الأجنبية حتى لا تنافس السلع والبضائع اليابانية المحلية.
12. نسبة الادخار في اليابان مرتفعة كما أن نسبة الاستهلاك في اليابان مرتفعة أيضاً وذلك بفضل ارتفاع الدخل الفردي السنوي الذي يحصل عليه الموظف الياباني.

فهو يقوم بعمليات الشراء ويشتري الكثير من الأنواع والأغذية والمشروبات ويقوم بالإنفاق على مختلف السلع، كما يقوم بالترفيه والسفر، ومع ذلك بالادخار.

13. إن السوق الياباني يعتبر من أعظم وأكبر الأسواق في العالم، نظراً لما تقدمه الأسواق اليابانية من بضائع وسلع مختلفة.

وبفضل كثرة وتعدد تنوع السلع والبضائع والصناعات اليابانية المختلفة فإن الشركات اليابانية قد وضعت سياسات وطرق لحماية أسرارها من الاختراق أو التشويه.

14. قامت الأسواق اليابانية بتخفيض الجمارك والرسوم الضريبية أمام الشركات الأجنبية التي تساهم وتشارك في الأسواق اليابانية.
15. تعمل الحكومة على تقديم مكافآت لأصحاب الشركات وتسهيلات لأرباب العمل وتقوم بتشجيع المنشآت الزراعية والصناعات المختلفة.
16. خفضت الحكومة اليابانية نسبة الجمارك وقللت من الضرائب المفروضة على المنتجات الزراعية ولو من شركات أجنبية أو خارجية.

17. طبيعة المبيعات في الأسواق اليابانية تزداد حيث يكبر حجم المبيعات بشكل مستمر في الأسواق اليابانية، وتشجع الأسواق اليابانية تجارة الجملة كما تشجع تجارة التجزئة.
18. معدلات الاستهلاك تتزايد بشكل مستمر من الأسواق اليابانية نظراً لتعدد وتنوع وتغير الأنماط الاستهلاكية ورغبات الأفراد وأذواق المواطنين اليابانيين.
19. يقوم الفرد الياباني بالإقبال على شراء السلع المختلفة من السلع الضرورية والكمالية.
20. إن طبيعة السوق الياباني ذو طبيعة متميزة حيث يتوفر في الأسواق اليابانية العديد من السلع والمواد والصناعات والمنتجات المحلية والخارجية.
21. هناك بعض الشركات اليابانية التي تقوم باستيراد المنتجات والصناعات الخارجية وتقوم بعرضها وتقديمها للمستهلك في اليابان.

وغالب المجتمع الياباني لا يفضل استهلاك المنتجات الخارجية من ذوي الصناعات الأجنبية غير اليابانية.

إلا أنه توجد هناك طبقة في اليابان من المجتمع الياباني يقومون بشراء واقتناء السلع والمنتجات والصناعات الخارجية من المصانع الأجنبية من الدول الأخرى وذلك بهدف التفاخر والمباهاة.

وبشكل عام فإن المجتمع الياباني يسود عليه مظاهر الاكتفاء المادي فضلاً عن وجود طبقة كبيرة من المجتمع الياباني من ذوي الدخل العالي والذين يقومون بالادخار السنوي العالي فضلاً عن الاستهلاك للسلع والخدمات بشكل كبير.

وأخيراً فإن الأسواق اليابانية تشجع عمليات الاستثمار الخارجي كما أن الأسواق اليابانية غير منغلقة وتقوم الأسواق اليابانية بفتح أبوابها للمنتجات الخارجية وللشركات الأجنبية لتقديم بضائعها ومنتجاتها وخدماتها في الأسواق المحلية اليابانية.

الباب الخامس

مستقبل الإدارة الدولية
وإدارة الأعمال
في الإدارة العالمية

الباب الخامس

مستقبل الإدارة الدولية وإدارة الأعمال في الإدارة العالمية

إننا في هذا الباب الأخير من هذا الكتاب سوف نشير إلى الاستراتيجيات المستقبلية في منظمات الأعمال الدولية والتخطيطات والخطط الإدارية المستقبلية لمنظمات التجارة الدولية، إضافة إلى العوامل التي شجعت عمليات التنظيم الدولي والتوظيف والتشغيل وخطط تنمية الموارد البشرية في مستقبل المنظمات الدولية.

وسوف نتحدث بشكل واضح في هذا الفصل عن أساسيات التنظيم في المنظمات الدولية واستراتيجيات التخطيط والتشغيل للموارد البشرية المختلفة في منظمات المال والأعمال الدولية.

حيث أنه لا بد أن تعتمد المنظمات الدولية والإدارات العالمية على مختلف الأنشطة والعمليات التجارية والمالية، كما يجب أن تقوم المنظمات الدولية بترتيب هذه الأعمال والعمليات التجارية المختلفة التي تضمن النجاح المتواصل والعمل الدائم.

وتضع الكثير من الشركات الدولية والعالمية أسس للرقابة الدولية والاهتمام بالأعمال، كما تهتم أساسيات التنظيم في منظمات الأعمال الدولية بدراسة مختلف العوامل البيئية التي تؤثر على الشركات والمنظمات وتعمل إدارات الشركة الدولية على التوافق والتكيف مع مختلف الظروف البيئية المحيطة، كما تقوم المنظمات الإدارية بوضع قواعد إدارية لتنظيم الشركات، كما تهتم الشركات بطريقة التعامل مع الشركات الدولية والخارجية.

فتقوم إدارات الشركات الدولية بوضع هياكل إدارية وخطط مستقبلية كما تنظم عملية التعامل مع الأفراد والعاملين، كما توضح الشركات طرق التعامل مع الفروع الخارجية للشركات.

وتهتم الشركات الدولية والشركات المتعددة الجنسيات بعمليات صناعة القرارات واتخاذ القرارات الإدارية المناسبة، وتقوم الشركات الدولية بتطوير إداراتها بحيث تواكب متطلبات العصر الحديث، كما تهتم الشركات الدولية بالقواعد الحديثة في القيادة الإدارية وتضع استراتيجيات مستقبلية خاصة بالتسويق والإنتاج.

وتهتم الشركات الدولية بالعوامل والأسس السابقة والآنفة الذكر والموضحة أعلاه حتى يتسنى لها تحقيق أهدافها بفعالية، وحتى تتمكن الشركات الدولية من السيطرة على التجارة العالمية وتتمكن الشركات من تطوير إداراتها إلى إدارة دولية وتستطيع أن تقوم الإدارات بتنمية مواردها ومصانعها.

وحتى تتمكن الشركات المختلفة الدولية والعالمية والشركات متعددة الجنسيات من تطوير مهاراتها وتنفيذ استراتيجياتها بشكل فعال على المستوى الدولي فلا بد من أن تقوم بدراسة الأسواق الدولية وتعمل على التكيف في الدخول في المنظمات الدولية والعالمية وتعمل على تطوير إداراتها بشكل يمكّن مختلف هذه الإدارات من التنمية والتطوير والإنتاج والتحديث والإبداع.

العوامل التي تؤثر على التنظيمات الدولية الهيكلية والتقسيمات الإدارية:

ويشكل إجمالي وواضح فإن هناك عدة عوامل تؤثر على التنظيمات الدولية وعلى الاستراتيجيات العالمية للشركات، ومن هذه العوامل ما يلي:

1. درجة وضوح الأهداف التي تسعى المنظمات لتحقيقها.
2. مرونة الغايات والأهداف والاستراتيجيات والخطط الإدارية والتسويقية التي ترغب الشركات الدولية بتنفيذها وتحقيقها وتطبيقها على الأسواق الدولية المختلفة.
3. العوامل السياسية الخارجية.
4. الظروف الجغرافية والمناخية المختلفة.

5. أنواع الأسواق الدولية والعالمية.

6. حجم المبيعات التي تؤثر على مردودات الشركات الدولية.

7. طريقة التعاملات التجارية والمعاملات الإدارية المختلفة التي تتبعها المنظمات الدولية.

8. مقدار رأس المال المستثمر في الشركات الدولية.

ونظراً لوجود العديد من العوامل التي تؤثر على الشركات والمنظمات الدولية، فإنه لا بد من وضع استراتيجيات خاصة بتنظيم المنظمات الدولية، حيث لا بد وأن تتخذ الشركات الدولية والعالمية قواعد إدارية حديثة ومرنة للتعامل مع المتطلبات الدولية والعالمية، كما يجب أن تقوم الشركات الدولية بإعداد استراتيجيات إدارية وهياكل إدارية وتنظيمية لتتمكن من القيام بالتجارة الدولية.

كما أن على الشركات أن تأخذ بعين الاعتبار أن هناك عدة مؤثرات وعوامل مختلفة تؤثر على قوة وفعالية الاستراتيجيات الإدارية والتنظيمية.

فيجب على الشركات أن تكون مرنة في استراتيجياتها الإدارية والمؤسسية كما يجب أن تطور من عمليات الإنتاج لديها، كما يجب أن تقوم بتنمية مواردها المالية والبشرية وتتكيف مع القوانين السياسية والإدارية المختلفة في الدول.

كما يجب على الشركات أن تهتم بعمليات التوظيف والتشغيل للموظفين والعاملين والإداريين وتعمل على تطوير مهاراتهم وخبراتهم، نظراً لتأثير الأفراد على الإنتاج والصناعات المختلفة والتطوير في الشركات.

كما يجب أن تهتم الشركات الدولية باختيار المواقع الاقتصادية والجغرافية المناسبة، وأن تتكيف مع الظروف البيئية المختلفة، كما يجب أن تقوم الشركات بوضع هياكل تنظيمية وإدارية لها، وتحديث طرق وقوانين التعامل مع الشركات الفرعية والفروع الخارجية للشركات.

كما يجب أن تهتم الشركات الدولية بوضع تنظيمات إدارية حديثة متخصصة في التنسيق والتنظيم الإداري داخل الشركات.

وكما يجب أن تهتم الشركات الدولية والعالمية بسياسات التوظيف والإنتاج وتقوم بوضع خطط إدارية مرنة لمواجهة الظروف المستقبلية، كما يجب أن تقوم الشركات بعمليات الادخار والاحتياط للمستقبل والاستفادة من الظروف الحالية والراهنة للتطوير والتجديد والتحديث في مختلف منشآت وفروع الشركة من مصانع وصناعات وإنتاجيات مختلفة وخدمات راقية ذات جودة عالية.

أنواع التقسيمات الإدارية الحديثة:

وهناك عدة تقسيمات تنظيمية إدارية حديثة للشركات الدولية، ومن هذه التنظيمات الهيكلية الإدارية ما يلي:

1. إنشاء هياكل إدارية خاصة بالإنتاج المحلي والصناعة المحلية والإدارة المحلية والداخلية للشركات.

حيث تعتمد هذه الهياكل على وضع رئيس للشركة، ثم نائب لرئيس الشركة يختص بالأعمال المحلية والإنتاج المحلي، ونائب لرئيس الشركة يختص بالأعمال الدولية والعالمية.

2. إنشاء هياكل تنظيمية إدارية للمنظمات الدولية التي تقوم بالتجارة الدولية والخارجية، ويتم القيام بالتقسيم الوظيفي للهيكل الإداري والتنظيمي للمنظمات الدولية، حيث تعتمد المنظمات الدولية على رئيس الشركة، ويتفرع عن مكتب رئيس الشركة في المنظمات الدولية مدراء متخصصون في إدارة المصانع الدولية والعالمية، ومدراء متخصصون في إدارة التسويق الدولي، والإشراف على الأسواق الخارجية الدولية، ومدراء متخصصون بالإدارة المالية الدولية.

3. وضع هياكل تنظيمية إدارية تهتم بالتقسيم الجغرافي للشركات الدولية والعالمية، حيث يتم الاعتماد على رئيس الشركة ويتفرع عن مكتب رئيس الشركة مدير لفرع الشركة في إحدى الدول، كما يتم وضع مدير آخر لفرع الشركة الجديد في الدولة الأخرى التي يتواجد فيها فرع للشركة، فمثلاً إذا كانت الشركة مقرها الرئيسي في الرياض بالمملكة العربية السعودية فإنه يتم وضع رئيس للشركة في المقر الرئيسي في الرياض، وإذا وجد فرع للشركة في قطر فإنه يتم وضع مدير للشركة في هذه الدولة، وإذا وجد فرع آخر للشركة كفرع جديد في دبي فإنه يتم وضع مدير جديد في دبي وهكذا، فيتم التقسيم بحسب المنطقة الجغرافية.
4. وضع هياكل تنظيمية إدارية تهتم بالتقسيم السلعي حيث يتم الاعتماد على رئيس الشركة في المركز الرئيسي ويتم وضع مدراء متخصصون لإدارة كل مصنع من مصانع إنتاج هذه الشركة، مثل وضع مدراء متخصصون في مصانع الشركة للمواد الغذائية والسلع ويتم وضع مدراء آخرون متخصصون في مصانع الشركة للعقاقير الطبية والأدوية، وهكذا فيتم تقسيم الشركة إلى مصانع متعددة، ويتم وضع مدراء على كل مصنع على حدة.
5. وضع هياكل تنظيمية إدارية تعتمد على التقسيم الإداري المختلط دون التصنيف أو التقسيم أو التوزيع، وتعتمد هذه الهياكل على التقسيمات الإدارية الرسمية فيتم وضع رئيس للشركة ونائب للرئيس وتعيين مدير عام للشركة ومدير مالي ومدير للتسويق ومدير للإنتاج ومدير للتوزيع ومدير للموارد البشرية ومدير للمخازن ومدير للتنفيذ والإشراف الإداري.
6. بسبب تعدد الهياكل والتنظيمات الإدارية والتقسيمات المختلفة فإن العديد من الشركات الدولية والعالمية تقوم بوضع خطط واستراتيجيات دولية

متخصصة بالتخطيط الإداري الدولي ووضع خطط واستراتيجيات متخصصة بالإنتاج ووضع خطط أخرىَ متخصصة بالأسواق الدولية.

7. كما تهتم الشركات الدولية بأنظمة واستراتيجيات الرقابة الإدارية الفعالة.

ويجب الاهتمام بالاستراتيجيات والتخطيطات الدولية ووضع أنظمة للرقابة الإدارية الفعالة وفق الأسس الحديثة حتى تتمكن الشركات من التطوير الإدارية وتستطيع التغلب على الصعوبات الدولية أثناء قيامها بالتجارة والاستثمار.

وغالباً ما تهتم العديد من الشركات الدولية والعالمية بالأسواق الدولية والعالمية، وتوفر مكاتب وإدارات متخصصة بالأبحاث التسويقية الدولية.

وتهتم الشركات الدولية والعالمية بالاتصالات المتطورة وتوفير أجهزة اتصالات حديثة لديها كما تعتمد الشركات الدولية والعالمية على التطوير التكنولوجي والآلات المتطورة والأدوات الحديثة وذلك ليتسنى لها التغلب على الصعوبات والعوائق الدولية المتعددة، كما يمكنها الاهتمام بالتكنولوجيا من الدخول في الأسواق الدولية العالمية والمحافظة على مكانتها في الأسواق الخارجية.

وتضع الشركات الدولية استراتيجيات خاصة بها لممارسة أعمالها الدولية وتوضع هذه الاستراتيجيات طرق التغلب على المنافسة الشديدة والحادة في الأسواق الدولية، كما توضح هذه الاستراتيجيات الدولية التي تضعها الشركات التوجهات المستقبلية والأهداف بعيدة المدى، كما تقوم هذه الاستراتيجيات بتوضيح طرق الاستثمار الأجنبي والخارجي، وتهتم هذه الاستراتيجيات بمعرفة الأسواق الدولية والخارجية، كما تقوم هذه الاستراتيجيات بتوفير تفصيلات عن الخطط المستقبلية والعمليات التجارية المختلفة.

وغالباً ما تقوم العديد من الشركات الدولية والعالمية بوضع استراتيجيات شاملة وكاملة عن أعمالها وأنشطتها وفعالياتها.

وتقوم أيضاً بوضع استراتيجيات تفصيلية وتكتيكية وتوضيحية لهذه الأعمال والنشاطات والفعاليات المختلفة.

فتهتم الشركات بالخطط الشاملة ذات النظرة الإجمالية الكلية وتهتم أيضاً بالخطط التفصيلية والتوضيحية والتجزيئية لتوضيح عمليات الاستثمار والتجارة بشكل تفصيلي.

وتهتم الاستراتيجيات الدولية الشاملة للشركات الدولية بمعرفة الأهداف بعيدة المدى والأرباح المتراكمة السنوية وطرق مواجهة العوائق المحتملة الحدوث في المستقبل، وسياسات الإنتاج والتطوير الإنتاجي في المستقبل وأسس وقوانين الدخول في الأسواق الأجنبية الجديدة.

ويقابل هذه الاستراتيجيات الدولية الشاملة ذات النظرة الإجمالية وضع استراتيجيات تفصيلية وتخطيطية وتكتيكية تهتم بالخطط الإدارية الحالية وتوضيح العمليات التجارية والاهتمام بالأهداف قريبة المدى على مختلف المستويات الإدارية والتمويلية والإنتاجية والتسويقية والوظيفية.

وبجانب هاتين الإستراتيجيتين فإن الشركات الدولية تهتم بعمليات الرقابة الإدارية الحديثة، كما تهتم أيضاً بطرق وأساليب القيادة الإدارية الفعالة.

وبناء على العوامل والأسس العملية السابقة فإن الشركات تقوم في نهاية العمليات التجارية والأنشطة المختلفة بالتقييم والمراجعة والتعديل وإجراء الإصلاحات المطلوبة معتمدة بذلك على سياسات الرقابة الحديثة.

وبناء على ما تصل إليه من نتائج بعد قيامها بعملية التقييم والمراجعة فإنها قد تقوم الكثير من الشركات بالتعديل والتطوير والإصلاح الإداري الحديث في مختلف المجالات الإدارية والعملية والاقتصادية والإنتاجية والصناعية والبشرية والوظيفية.

النتائج والتوصيات:

وفي نهاية هذا الكتاب فإننا سوف نتعرض إلى أهمية قيام الشركات بعمليات التطوير والتحديث في مختلف المجالات.

ومن المجالات الإدارية التي يجب على الشركات أن تقوم بإحداث تطوير فيها هو مجال التوظيف والتشغيل وتشجيع الخبرات البشرية وتنمية الموارد البشرية المختلفة.

حيث أن الشركات الدولية والشركات متعددة الجنسيات تواجه صعوبات مختلفة في عمليات اختيار الموظفين وعمليات تعيينهم وتدريبهم، ولذلك يجب أن تقوم الشركات بالاهتمام بالأفراد وإدخال استراتيجيات حديثة للتطوير والتحديث والتنمية البشرية.

كما يجب على الشركات أن تهتم بعمليات التطوير والتحديث في المجالات الصناعية والإنتاجية ليتسنى لها مواجهة وتحقيق الرغبات المتعددة والأذواق المختلفة، وتقوم بزيادة حجم مبيعاتها، كما تهتم بإدخال منتجات جديدة وأفكار إبداعية لتطوير وتحديث الإنتاج والصناعات.

وكذلك على الشركات الدولية أن تهتم بتنمية الموارد المالية وتضع استراتيجيات حديثة للتنمية المالية لتقوم بزيادة أرباحها وتعمل على زيادة حجم العوائد والمدخرات المالية لديها.

وبشكل عام فإن على الشركات الدولية أن تقوم بوضع استراتيجيات حديثة لعمليات الرقابة الإدارية الفعالة لزيادة الإنتاج وللتوصل إلى الأخطاء المجهولة سابقاً والمخفية ولتقوم بعملية التعديل والإصلاح بشكل فعال.

كما يجب على الشركات أن تهتم بالتكنولوجيا الحديثة وأن تعتمد على الوسائل المتطورة في النقل والمواصلات والاتصالات، وتقوم بالاستفادة من الموارد البشرية والخبرات المتطورة العملية والإدارية.

وفي نهاية هذا الكتاب فإننا سوف نختم كلامنا بالتذكير بأهمية توجه الشركات الدولية لوضع مستقبل حديث للأنظمة المالية والإدارية المختلفة.

فعلى المنظور المستقبلي البعيد المدى فإنه على الشركات أن تقوم بالاهتمام بالمصانع والصناعات المختلفة.

كما يجب على الشركات أن تستفيد من التكنولوجيا المتطورة.

وأن تهتم الشركات بالتعامل والتعاون مع الدول المتقدمة.

كما يجب أن تهتم الشركات بعمليات الاستثمار الأجنبي والخارجي الذي يشجع على التنمية التجارية والاقتصادية في الدول الخارجية والمستثمر فيها والمستضيفة لهذه الشركات.

ويسبب وجود العديد من العوامل الدولية المؤثرة على الشركات والأعمال الدولية في كثير من دول العالم، فإنه يجب الاهتمام بالصناعات والمصانع المتطورة وإنشاء مصانع تستقطب الخبرات وتنمي الموارد المالية والبشرية وتعمل على القضاء على البطالة.

استراتيجيات التطوير والتنمية:

وهناك العديد من الاستراتيجيات التي يمكن تطبيقها لمواجهة المستقبل والتغيرات المفاجئة والتقلبات الاقتصادية في العالم.

ومن هذه الاستراتيجيات التي يمكن تطبيقها لإحداث عملية تطوير وتنمية ملحوظة في مختلف المجالات ما يلي:

1. تطوير اقتصاد الدول النامية.
2. العمل على تشجيع الإنتاج العملي والصناعات المحلية للدول.
3. تشجيع الدخول في الأسواق الدولية.
4. الاهتمام بالتجارة الدولية.
5. تحسين الظروف والقوانين والأوضاع السياسية في كثير من دول العالم.

6. الاهتمام بالتكنولوجيا المتطورة.
7. البحث عن أسواق أجنبية ودولية جديدة ومعرفة الجدوى الاقتصادية من الدخول فيها.
8. تشجيع وتقوية ودعم العملات المحلية للدول.
9. الحد من التقلبات الدائمة والتغيرات المفاجئة في أسعار صرف العملات.
10. الاهتمام بالمنشآت الزراعية والأراضي الزراعية والمزارع وتنمية وتطوير المؤسسات الزراعية.
11. الاهتمام بالطاقة الكهربائية.
12. الاهتمام بأساليب توليد الطاقة وتوفيرها.
13. الاهتمام بالطاقة الذرية والنووية.
14. تشجيع الدراسات المتخصصة في الاقتصاد الكلي.
15. قيام الدول بالتعاون وتقديم الدعم فيما بينها.
16. القضاء على الأمراض والأوبئة المنتشرة في العالم.
17. تحسين مستوى المعيشة لسكان دول العالم.
18. الاهتمام بالفقراء والمحتاجين وإيصال المساعدات للدول الفقيرة.
19. الاهتمام بالتعليم.
20. الاهتمام بالتدريب المهني.
21. الاستفادة من الدول المتقدمة الصناعية.
22. تنويع الصناعات وتطوير المنتجات في المصانع.
23. القضاء على الفقر والحد من البطالة.
24. رفع مستوى دخل الأفراد العاملين.
25. الاهتمام بالأجهزة الحديثة ومعرفة طرق استخدامها وإصلاحها وإعادة تصنيعها.

26. تنمية مؤسسات التعليم الأكاديمي والجامعي والمهني والصناعي.
27. الاهتمام بالتعليم التكنولوجي.
28. تطوير المنشآت الطبية والصحية.
29. تشجيع الإبداع والتطوير والاختراع والابتكار.
30. توعية الشعوب بأهمية التنظيم الأسري وتحديد النسل.
31. القضاء على مشكلات التلوث البيئي.
32. الاستفادة القصوى والاستغلال الأمثل من الموارد الطبيعية في العالم.
33. زيادة الإنتاج الزراعي.
34. الحرص على عدم التعامل بالقوانين والأنظمة الرأسمالية والابتعاد عن التعامل بأسلوب الفائدة الربوية في البنوك التجارية.
35. تشجيع التجارة الدولية والعالمية والمحلية.
36. حرص الشركات والدول على عدم إتباع سياسة الاحتكار التجاري الخاطئ.
37. إيجاد طرق حديثة للتعاون التجاري فيما بين الشركات والدول والأفراد وتشجيع عمليات التعاون التجاري والمالي والثقافي فيما بين الدول والمؤسسات والحكومات والأفراد.
38. وضع استراتيجيات حديثة للحماية من الأيادي العابثة لحماية الشركات والمنظمات والمؤسسات الحكومية والأهلية.
39. الابتعاد عن التمييز الجنسي والعرقي.
40. وأخيراً، تطوير وسائل النقل الدولي والمحلي، والاهتمام بالوسائل الحديثة في عمليات الاتصالات والمواصلات، وتطوير أساليب الاتصالات فيما بين الشركات والمؤسسات.

فهرس المراجع

1. عبد الكريم قاسم السياغي، مبادئ إدارة الخطر والتأمين، (صنعاء: اليمن مركز الأمين للطباعة والنشر والتوزيع، 2008 م).
2. أكرم عثمان، الخطوات المثيرة لإدارة الضغوط النفسية، (بيروت، لبنان: دار ابن حزم، 2002 م).
3. عبد الله بن أحمد الأهدل، وسائل البناء، (بيروت، لبنان: دار ابن حزم، 2005م).
4. عبد الله بن أحمد الأهدل، وسائل الهدم، (بيروت، لبنان: دار ابن حزم، 2005م).
5. منير شفيق، الإستراتيجية والتكتيك في فن علم الحرب من السيف والدرع إلى الصاروخ والأنفاق، (الدار العربية للعلوم، 2008 م).
6. نجم عبود نجم، إدارة العمليات، الجزء الأول + الجزء الثاني (المملكة العربية السعودية، مركز البحوث، معهد الإدارة العامة، 1412 هـ).
7. زيد منير عبوي ويوسف ذيب، الاتجاهات الإدارية الحديثة في العمل الجماعي وفريق العمل، (الأردن: دار الخليج للطباعة والنشر والتوزيع، 2007 م).
8. جمعة أمين عبد العزيز ، خطوات على طريق النهضة (مصر: الإسكندرية: دار الدعوة للطباعة والنشر والتوزيع، 2005 م).
9. محمد رفيق المصري، التأمين على الحياة والضمان الاجتماعي، (عمان، الأردن: دار زهران للنشر والتوزيع، 1999م).
10. محمد عاطف السعيد، صناعة التأمين بين الواقع والمأمول، (مصر، الإسكندرية: مؤسسة رؤية للطباعة والنشر، 2006م).

11. محمد محمود المكاوي، مستقبل البنوك الإسلامية في ظل التطورات الاقتصادية العالمية، (رسالة دكتوراه تطلب من المؤلف في مصر، مركز البيع: مؤسسة أبرار في اليمن: صنعاء، 2003م).
12. برا ندون توروبوف، فن ومهارة التعامل مع الناس، (الرياض: مكتبة جرير، 2006م).
13. وليام كوهين، لواء بالقوات الجوية الأمريكية، فن القيادة، (الرياض: مكتبة جرير، 2007م).
14. كين لانجدون، 100 فكرة عظيمة لبناء المشروع الذي تحلم به، (الرياض: مكتبة جرير، 2006م).
15. وايتشيل فيكس، من هنا إبدأ إدارة مالك (الدليل الكامل إلى إدارة الشئون المالية الشخصية) (الرياض: مكتبة جرير، 2007م).
16. دافيد أتش بانجر جون يور، دليل إنشاء المشروعات الصغيرة، طريقك إلى النجاح خطة من عام واحد لرجال الأعمال، (الرياض: مكتبة جرير، 2007م).
17. أندرو ليكي، قلة المال أصل من أصول البلاء، نصائح مارك توين للمستثمرين عن المال والثروة، تعريب وترجمة: معين محمد الإمام، (الرياض: مكتبة جرير، 2007م).
18. والترواسون، لوي باردو، فلاديزلاف، فن إدارة المكتب، (جمهورية مصر العربية مكتبة دار الفاروق، 2006م).
19. ريتشارد تشانغ كيفن كيهو، كيف تكون الاجتماعات فعالة، تعريب وترجمة: ميساء دياب، (الرياض: مكتبة العبيكان، 2006م).

20. الأستاذ الدكتور: وشيخ الإسلام المعاصر: عائض بن عبد الله القرني كتاب: لا تحزن، عدد صفحات الكتاب (600)، (الرياض: مكتبة العبيكان، 2002م).
21. روجر داو سون، أسرار قوة التفاوض، (الرياض: مكتبة جرير، 2007م).
22. جري جوري كيشل، باتيشي كيشل، كيف تبدأ مشروعاً وتديره وتحافظ عليه، (الرياض: مكتبة جرير، الطبعة الثالثة، 2007م).
23. عبد الخالق باعلوي، مبادئ بحوث التسويق، (صنعاء، اليمن: مركز الأمين للطباعة والنشر والتوزيع، 2007م).
24. نائل حافظ العواملة، أساليب البحث العلمي، الأسس النظرية وتطبيقاتها في الإدارة، الأردن، عمّان: 1995م).
25. محمد عبيدات ومحمد أبو نصار وعقلة مبيضين، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، (الأردن: عمّان، دار وائل للنشر 1997م).
26. مدحت أبو النصر، أساسيات علم ومهنة الإدارة، (مصر القاهرة: دار السلام للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، 2007).
27. محمد نبيل كاظم، كيف تحدد أهدافك على طريق نجاحك، (مصر القاهرة: دار السلام للطباعة والنشر، الطبعة الثانية، 2007م).
28. محمد أحمد عبد الجواد، إدارة ضغوط العمل والحياة، (طنطا: مصر، دار البشير للثقافة والعلوم ودار الأندلس الخضراء، الطبعة الأولى 2002م).
29. بشير البرغوثي، نجومية القيادة في الاجتماعات: كيف تخطط للاجتماع وتقوده؟، (الأردن – عمّان: دار زهران للنشر، 2000م).
30. فوزي محمد طليل، نحو نهضة أمة، كيف نفكر إستراتيجياً؟ (الهرم: مصر، مركز الإعلام العربي، الطبعة الأولى، 1997م).

31. سنان غالب رضوان المرهضي، إدارة المنشآت المتخصصة مع مدخل عام لإدارة المنظمات الخدمية، إدارة البنوك والفنادق والمستشفيات، (اليمن، صنعاء: مركز الأمين للنشر والتوزيع، 2004م).
32. عبد الله السنفي، منصور العريقي، الإدارة، (اليمن صنعاء، مركز الأمين للنشر والتوزيع، 2006م).
33. الدكتور فؤاد المخلافي ، إدارة التأمين والخطر، (اليمن، صنعاء: مركز الأمين للنشر والتوزيع في الجامعة اليمنية، كلية الإدارة والاقتصاد، 2006م).
34. لندا ل. دافيدوف، مدخل إلى علم النفس، ترجمة: سيد الطواب ومحمود عمر ونجيب خزام، (الولايات المتحدة الأمريكية، دار ماكجروهيل للنشر، بالتعاون مع المكتبة الأكاديمية في القاهرة، مصر، 1980م).
35. محمد سرور حكمت الحريري، إدارة المكاتب ومهارات السكرتارية التنفيذية الفعالة والمتقدمة، كتاب علمي غير منشور، (الجمهورية اليمنية – مدينة صنعاء).
36. محمد سرور حكمت الحريري، قواعد علم البرمجة اللغوية العصبية ومهارات التفكير الإبداعي والنقدي والإبتكاري، كتاب علمي غير منشور، (الجمهورية اليمنية – مدينة صنعاء).
37. محمد سرور الحريري، إدارة الأزمات وإستراتيجيات القضاء على الأزمات الاقتصادية والمالية والإدارية، بحث علمي غير منشور، 2009، (صنعاء – اليمن).
38. محمد سرور حكمت الحريري، إدارة الأعمال في الإدارة العالمية الحديثة، كتاب علمي غير منشور، 2010، (صنعاء – اليمن).

39. د. قحطان العبدلي، د. بشير العلاق، التسويق ومبادئ التسويق، كتاب جامعي، (طبع في عالم الكتب الحديث ودار زهران للنشر – الأردن – 2002م).
40. د. محمد فريد الصحن، د. طارق أحمد، إدارة التسويق، دار الفكر الجامعي، (مصر – الإسكندرية، 2006م).
41. د. محمد الصيرفي، الإستراتيجيات التسويقية، مكتبة الوفاء الجامعية القانونية، مصر – الإسكندرية – 2009.
42. د. فتحي الرواشيي، الاقتصاد والسوق، (مؤسسة طيبة – القاهرة – مصر – 2008م).
43. د. طه أحمد عبيد، مشكلات التسويق السياحي، (المكتب الجامعي الحديث)، (مصر – القاهرة) – 2008م.
44. كتاب: مداخل التسويق المتقدم للدكتور محمود جاسم الصميدعي طبع في (مكتب مرام للطباعة والنشر) عام(1999م).
45. الدليل العلمي للتسويق: لمؤلفه ثابت زهير طبع في (الشركة العربية للإعلام) في القاهرة عام (1993م).
46. إدارة التسويق: لمؤلفه أبو سعيد الديوجي طبع في (دار الكتب للطباعة والنشر) عام 1987.
47. إدارة التسويق: لمؤلفه الدكتور عبد الفتاح محمد سعيد طبع في (الدار الجامعية بالقاهرة عام 1987م).
48. إستراتيجيات التسويق : لمؤلفه الدكتور محمود جاسم الصميدعي طبع في (دار الحامد) بعمان (عام 2002).
49. مبادئ التسويق: لمؤلفه عمر وصفي طبع في (دار زهران) للنشر في (عمان) عام 1994م.

50. الدراسات الحديثة في إدارة التسويق: لمؤلفه محمد سرور الحريري، كتاب علمي غير منشور، أطروحة علمية، في الجمهورية اليمنية، (بكلية الإدارة والإقتصاد)، (صنعاء)، تطلب من مؤلف هذا الكتاب وضعت عام (2008م).
51. الأصول العلمية للتسويق والبيع والإعلان: لمؤلفه الدكتور نبيل النجار طبع في (الإسكندرية) عام (1991م).
52. إدارة التسويق: لمؤلفه الدكتور قحطان العبدلي طبع (في دار زهران) بعمان عام 1999م.
53. مبادئ التسويق: لمؤلفه الدكتور محمد صالح المؤذن طبع في (دار الثقافة للنشر) بعمان عام 1999م.
54. مبادئ التسويق: لـــ: د. بيان حرب (طبع في: دار ومكتبة ومؤسسة البيان للنشر والتوزيع) في المملكة الأردنية الهاشمية في (مدينة عمان) عام 1999م.
55. إدارة التسويق: للدكتور محمود صادق، طبع في دار النهضة في مصر عام (1979م).
56. التسويق الفعال: للدكتور محيي الدين الأزهري طبع (في مصر بدار الفكر) عام 1995م.
57. كتاب: نظريات دراسة سلوكيات المستهلك في الأسواق وأثر ذلك على الأسواق المحلية والدولية، لمؤلفه: محمد سرور الحريري، بحث علمي غير منشور، وضع عام 2009 م، يطلب من مؤلف هذا الكتاب، الجمهورية اليمنية، دراسة علمية، (كلية الإدارة والاقتصاد)، (قسم إدارة الأعمال)، (مدينة صنعاء).
58. الإدارة المالية، وأساسيات الإدارة المالية، للدكتور جميل أحمد توفيق، طبع في بيروت، لبنان، دار النهضة العربية 1984م.

59. الدكتور محمد صالح الحناوي، أدوات التحليل والتخطيط في الإدارة المالية، طبع في مصر، بدار الجامعات المصرية عام 1982م.
60. الدكتور منير صالح هندي، الإدارة المالية، مدخل تحليلي، طبع في الإسكندرية بمصر، بالمكتب العربي الحديث عام 1989م.

المحتويات

الموضوع	الصفحة

الموضوع	الصفحة

الموضوع	الصفحة

الموضوع	الصفحة

الموضوع	الصفحة

الموضوع	الصفحة

الموضوع	الصفحة

الموضوع	الصفحة

الباب الرابع
الإدارة الحديثة في اليابان

الباب الخامس
مستقبل الإدارة الدولية وإدارة الأعمال في الإدارة العالمية









الرّمـال للنشـر والتـوزيـع
عمّان - الأردن
مقابل البوابة الرئيسية للجامعة الأردنية
تلفاكس :08 05 533 6 962+
E-mail:alremalpub@live.com

شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع
عمان - الأردن
تلفاكس: 5330508 6 962+
E-mail:academpub@yahoo.com


9789957590352